

Центральноукраїнський національний технічний університет  
Економічний факультет  
Кафедра «Міжнародних економічних відносин»

«Допущено до захисту»  
Зав. кафедрою МЕВ  
д.е.н., професор

\_\_\_\_\_ Іван МИЦЕНКО  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2025 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
**за першим(бакалаврським) рівнем вищої**  
**освіти**

на тему:

**«Перспективи інтеграції вітчизняних компаній у глобальні  
виробничі ланцюги (на прикладі автопромисловості)»**

Виконала здобувачка вищої освіти  
3 курсу, групи МЕВ-22мб  
ОПП «Міжнародні економічні  
відносини»  
спеціальності 292 «Міжнародні  
економічні відносини»

\_\_\_\_\_ Безпала Т.А.  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2025 р.

Керівник роботи  
д.е.н., професор

\_\_\_\_\_ Іван МИЦЕНКО  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2025 р.

Рецензент \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

м. Кропивницький

## Центральноукраїнський національний технічний університет

Факультет економічний  
 Кафедра Міжнародних економічних відносин  
 Рівень вищої освіти Бакалавр  
 Галузь знань 29 «Міжнародні відносини»  
 Спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»  
 Освітньо-професійна програма «Міжнародні економічні відносини»

ЗАТВЕРДЖУЮ  
 Завідувач кафедри  
 \_\_\_\_\_ Іван МИЦЕНКО  
 «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2025 року

### ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗА ДРУГИМ (МАГІСТЕРСЬКИМ) РІВНЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЗДОБУВАЧКИ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Безпалої Тетяни Анатоліївни

(прізвище, ім'я, по батькові)

#### 1. Тема роботи

Перспективи інтеграції вітчизняних компаній у глобальні виробничі ланцюги (на прикладі автопромисловості)

#### 2. Керівник роботи

Миценко Іван Михайлович д.е.н., професор

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

#### 3. Строк подання роботи до захисту \_\_\_\_\_

4. Мета та завдання кваліфікаційної роботи Метою дослідження є комплексне вивчення ефективності залучення українських підприємств автомобільної галузі до міжнародної виробничої кооперації та формування практичних рекомендацій щодо посилення їхньої участі в цих процесах.

Завдання: систематизувати чинники та ключові напрями розвитку міжнародної виробничої кооперації в умовах глобальної економіки; проаналізувати існуючі методики оцінювання ефективності та моделі участі українських підприємств у міжнародній виробничій кооперації; здійснити оцінку результативності українсько-німецького партнерства в автомобільному секторі; обґрунтувати перспективні напрями розширення участі підприємств автомобільної галузі України в міжнародних коопераційних проєктах; розробити обґрунтовані моделі залучення інвестицій у вітчизняну автомобільну промисловість на основі міжнародної співпраці.

#### 5. Консультанти по роботі, із зазначенням розділів роботи

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 1	проф. Миценко І.М.		
Розділ 2	проф. Миценко І.М.		
Розділ 3	проф. Миценко І.М.		

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір теми і об'єкта дослідження, призначення наукового керівника	01.01.2025-09.01.2025	
2	Розробка завдання на кваліфікаційну роботу, складання календарного плану його виконання	10.01.2025-24.01.2025	
3	Опрацювання навчальної та наукової літератури і складання плану роботи	25.01.2025-02.02.2025	
4	Проведення наукових досліджень, обробка фактичного матеріалу	02.02.2025-28.03.2025	
5	Написання тексту 1-го розділу роботи та подання його на рецензування керівникові	01.03.2025-25.03.2025	
6	Написання тексту 2-го розділу роботи та подання його на рецензування керівникові	26.03.2025-20.04.2025	
7	Написання тексту 3-го розділу роботи та подання його на рецензування керівникові	21.04.2025-20.05.2025	
8	Усунення недоліків, написання остаточного варіанта тексту, оформлення кваліфікаційної роботи	21.05.2025-08.06.2025	
9	Перевірка на плагіат	09.06.2025-14.06.2025	
10	Отримання відгуку наукового керівника	15.06.2025-18.06.2025	
11	Рецензування кваліфікаційної роботи	19.06.2025-24.06.2025	
12	Захист кваліфікаційної роботи на засіданні екзаменаційної комісії		

Дата видачі завдання

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2025 року

Підпис керівника

\_\_\_\_\_ (прізвище та ініціали)

Завдання прийнято до виконання

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2025 року

Підпис здобувача

\_\_\_\_\_

## АНОТАЦІЯ

**Перспективи інтеграції вітчизняних компаній у глобальні виробничі ланцюги (на прикладі автопромисловості). – Рукопис.**

Кваліфікаційна робота на здобуття вищої освіти ступеня “бакалавр” за освітньо-професійною програмою «Міжнародні економічні відносини» зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» – Центральноукраїнський національний технічний університет. – Кропивницький. – 2025.

У кваліфікаційній роботі розглянуто питання підвищення ефективності участі українських підприємств у процесах міжнародної виробничої кооперації в автомобільній галузі. На основі проведеного аналізу окреслено специфіку сучасних коопераційних виробничих зв'язків у вітчизняному автопромі, а також виявлено ключові особливості, поточні тенденції та проблемні аспекти, що стосуються виробництва, експорту й імпорту автомобільної продукції, зокрема електричної проводки, у межах міжнародних коопераційних проєктів. У роботі проаналізовано моделі кооперації та міжнародний досвід участі в таких проєктах, узагальнено підходи до оптимізації діяльності підприємств в умовах посиленої конкуренції та глобалізаційних процесів. У результаті дослідження визначено економічні передумови підвищення ефективності функціонування вітчизняних компаній у межах міжнародної кооперації. Запропоновано комплекс організаційно-економічних заходів для зміцнення конкурентоспроможності українських підприємств автомобільної галузі та надано рекомендації щодо підвищення їх інвестиційної привабливості.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, коопераційний потенціал, міжнародна виробнича кооперація, ефективність, автомобільна промисловість.

## ANNOTATION

### **Prospects for Integration of Domestic Companies into Global Production Chains (based on the example of the automotive industry) – Manuskript.**

Qualifying bachelor's thesis for the degree of higher education in the educational and professional program "International Economic Relations" in the specialty "International Economic Relations". – Central Ukrainian National Technical University. - Kropyvnytskyi. - 2025.

The qualification thesis addresses the issue of enhancing the efficiency of Ukrainian enterprises' participation in international production cooperation processes in the automotive industry. Based on the conducted analysis, the study outlines the specifics of modern cooperative production relations within the domestic automotive sector, as well as identifies key features, current trends, and problematic aspects related to the production, export, and import of automotive products—particularly electrical wiring—within the framework of international cooperative projects. The work analyzes cooperation models and international experience in such projects, and summarizes approaches to optimizing enterprise operations under conditions of increased competition and globalization. As a result of the research, the economic prerequisites for improving the efficiency of domestic companies within international cooperation were identified. A set of organizational and economic measures is proposed to strengthen the competitiveness of Ukrainian automotive enterprises, along with recommendations for improving their investment attractiveness.

**Keywords:** competitiveness, cooperative potential, international production cooperation, efficiency, automotive industry.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b>	7
<b>РОЗДІЛ I ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ТА МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ КООПЕРАЦІЇ У ВИРОБНИЦТВІ В ЕПОХУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ .....</b>	10
1.1. Тенденції та моделі розвитку процесів міжнародної виробничої співпраці .....	10
1.2. Чинники та механізми оцінки ефективності залучення підприємств автомобільної промисловості до міжнародної кооперації .....	18
1.3. Досвід зарубіжних країн у розвитку міжнародної виробничої кооперації в автопромисловості .....	25
<b>РОЗДІЛ II ЕФЕКТИВНА ІНТЕГРАЦІЯ АВТОМОБІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ У МІЖНАРОДНЕ ВИРОБНИЧЕ СПІВРОБІТНИЦТВО .....</b>	32
2.1. Актуальні аспекти та формати участі українських підприємств у міжнародній кооперації .....	32
2.2. Дослідження результативності співпраці України та Німеччини в автомобільній промисловості .....	41
2.3. Аналіз впливу інвестиційної взаємодії на розвиток міжнародної кооперації в автомобільній галузі .....	51
<b>РОЗДІЛ III ШЛЯХИ ЗМІЦНЕННЯ РОЛІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ АВТОМОБІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ В МІЖНАРОДНИХ КООПЕРАЦІЙНИХ ВИРОБНИЧИХ ПРОЦЕСАХ .....</b>	59
3.1. Ключові стратегії залучення українських підприємств до міжнародної виробничої кооперації .....	59
3.2. Обґрунтування підходів до залучення інвестицій у національну автопромисловість шляхом міжнародного співробітництва .....	70
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	77
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	80

## ВСТУП

**Актуальність дослідження.** В умовах сучасної глобалізації, яка супроводжується посиленням конкуренції, міжнародна співпраця у виробничій сфері набуває особливого значення як ключовий чинник стабільності та поступального розвитку національної економіки. У багатьох державах виробнича кооперація вже стала невід’ємною складовою соціально-економічної моделі. Це пояснюється її здатністю ефективно вирішувати актуальні економічні завдання як на рівні окремих підприємств, так і на рівні держави в цілому, завдяки раціональному використанню ресурсів, впровадженню інновацій та підвищенню зацікавленості учасників процесу. Співпраця у виробництві сприяє інтеграції національних виробників у світову економіку, позитивно впливає на структуру внутрішнього ринку та відіграє помітну роль у розвитку зовнішньої торгівлі.

Науково-технічна революція постійно трансформує глобальну економічну систему, змінюючи пріоритети економічного розвитку: традиційні чинники зростання, що домінували у ХХ столітті, поступаються місцем інноваціям, креативності, гнучкості та швидкій адаптації. Сьогоднішня світова економіка характеризується зростанням міжнародної взаємодії ринків, цифровізацією суспільства та істотними змінами у структурі попиту, що зумовлює необхідність пошуку нових підходів до виробничої спеціалізації й кооперації. Водночас надмірна залежність національного виробництва від закордонних партнерів є ризикованою: втрата стабільних зв’язків або загострення політичної ситуації можуть серйозно загрожувати економічній безпеці. Як приклад – війна росії проти України, яка призвела до значного скорочення експорту та дестабілізації виробництва в Україні. У зв’язку з цим актуалізується необхідність ретельного аналізу доцільності та результативності залучення української промисловості до міжнародної кооперації.

Питання формування міжнародних коопераційних зв'язків висвітлювалися у працях як українських, так і іноземних дослідників. Так, у науковому доробку В. Яхно, А. Панченка, О.В. Гаврилюка, С.В. Сіденка, Л.В. Руденка, О.С. Філіпенка, В.С. Будкіна, О.С. Гальчинського, В.М. Гейця, К. К. Флісака, О.Ф. Павленка, Д.Г. Лук'яненко, В.І. Чужикова, а також зарубіжних науковців Б. Бахманна, Г. Маті, Е. Герта та інших розглянуто галузеві й регіональні аспекти розвитку сучасних моделей міжнародної виробничої кооперації в умовах глобальної економіки. Проте питання ефективності міжнародного співробітництва у сфері автомобільної промисловості залишаються недостатньо дослідженими. Саме тому новизна даної роботи полягає у вивченні досвіду міжнародної кооперації в галузі машинобудування. У дослідженні розглядаються основні тенденції розвитку цього сектору економіки та особливості регулювання відповідної діяльності.

**Мета та завдання дослідження.** Метою даного дослідження є комплексне вивчення ефективності залучення українських підприємств автомобільної галузі до міжнародної виробничої кооперації та формування практичних рекомендацій щодо посилення їхньої участі в цих процесах.

Для досягнення цієї мети в роботі поставлено такі **завдання**:

- систематизувати чинники та ключові напрями розвитку міжнародної виробничої кооперації в умовах глобальної економіки;
- проаналізувати існуючі методики оцінювання ефективності та моделі участі українських підприємств у міжнародній виробничій кооперації;
- здійснити оцінку результативності українсько-німецького партнерства в автомобільному секторі;
- обґрунтувати перспективні напрями розширення участі підприємств автомобільної галузі України в міжнародних коопераційних проєктах;

- розробити обґрунтовані моделі залучення інвестицій у вітчизняну автомобільну промисловість на основі міжнародної співпраці.

**Об’єктом дослідження** виступають українські підприємства автомобільної галузі як складова частина глобальної системи міжнародної виробничої кооперації.

**Предмет дослідження** – ефективність залучення вітчизняних компаній до процесів виробничого співробітництва на міжнародному рівні.

**Методологічну основу дослідження** становить комплекс наукових методів, серед яких аналіз та синтез, дедуктивні й індуктивні підходи до обробки первинних даних. Дослідження базується на системному підході, а також застосовуються статистичні, порівняльні, історичні та логічні методи.

**Бази дослідження** склали наукові видання, підручники, навчальні посібники, аналітичні матеріали Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, статистичні дані Державної служби статистики України, а також інформація Всесвітньої торгової організації, Світового банку та міжнародної фінансової статистики.

**Структура кваліфікаційної роботи** побудована відповідно до логіки дослідження і складається зі вступу, трьох розділів, висновка, списку літератури з 56 найменувань, 15 рисунків та 10 таблиць . Загальна кількість сторінок – 85.

## **РОЗДІЛ І ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ТА МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ КООПЕРАЦІЇ У ВИРОБНИЦТВІ В ЕПОХУ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

### **1.1. Тенденції та моделі розвитку процесів міжнародної виробничої співпраці**

У нинішніх умовах міжнародна виробнича кооперація слугує ефективним механізмом підвищення продуктивності у виробництві окремих товарів. Це досягається завдяки взаємовигідному партнерству між країнами, що об'єднують свої ресурси й зусилля, забезпечуючи більш раціональне використання обмежених ресурсів, економію часу й стимулювання інноваційних процесів. Саме рівень взаємодії держав на міжнародній арені значною мірою визначає їхні позиції у світовій економіці. Якщо у ХХ столітті світова економіка складалася з відокремлених національних господарств — великих і малих, впливових і залежних, розвинених і таких, що лише починали розвиватися, — кожна країна самостійно визначала своє місце в глобальній системі. Згодом з'явилися нові гравці, які вдосконалили організаційні підходи, виробничі інновації та бізнес-процеси, прагнучи впровадити їх на глобальному рівні. Це стало поштовхом для створення складних інтегрованих систем кооперації, що охоплюють усі етапи виробництва товарів і надання послуг.

Дослідженням питань міжнародної виробничої кооперації займалися такі відомі науковці, як Г. Маті, Е. Гердт, М. Портер, Ж. Білс, О. Ковтун, Ю. Лазур, О. Хом'як, Т. Яфно, Б. Бахманн, Ф. Горбонос, О. Гальчинський, В. Геєць, О. Дінега, В. Зіновчук, Р. Коуз, М. Левицький, О. Мельник, О. Павленко, Д. Лук'яненко, М. Т.-Барановський та багато інших. Незважаючи на це, остаточного визначення сутності кооперації, чинників її впливу, способів вимірювання та стратегій розвитку поки що не сформовано.

В. Яремко та О. Сліпушко [1] наголошують, що термін "кооперація" походить від латинського "cooperatio", що перекладається як "співпраця". Його

визначають як специфічну форму організації трудового процесу, коли велика кількість людей спільно бере участь у єдиному або взаємопов'язаних процесах праці. Інше розуміння кооперації полягає у добровільному об'єднанні фізичних і юридичних осіб для здійснення спільної господарської діяльності — виробничої, підприємницької, торговельної або споживчої, що базується на демократичних принципах управління та поєднує особисті й суспільні інтереси [2].

Ю.М. Білоус у своїй праці [3] характеризує виробничу кооперацію як добровільну форму співпраці підприємств, які зберігають юридичну й економічну незалежність у процесах виробництва й реалізації продукції чи послуг. Основна мета такої взаємодії — підвищення конкурентоспроможності та ефективності господарської діяльності компаній.

А.В. Макаров і В.А. Трапезников [4] розглядають виробничу кооперацію як комплекс економічних відносин між промисловими підприємствами та іншими організаціями з метою вирішення питань виробництва певної продукції або послуг. Вони розділяють кооперацію на формальний механізм, що діє через систему власності, та неформальний механізм, який базується на доступності та необхідності ресурсів для виробничих процесів.

Відповідно до глосарію Європейської економічної комісії ООН (ЄЕК ООН) [5], промислова кооперація означає взаємодію незалежних компаній з різних країн на основі спільних довгострокових економічних інтересів.

У спільній монографії Г.І. Башнянина, О.І. Ковтуна, П.Я. Лазура, О.В. Хом'яка та Т.П. Яхно міжнародна виробнича кооперація визначається як взаємодія національних економік у межах міжнародного поділу праці, що базується на спеціалізації виробництва певних товарів при збереженні автономії внутрішніх виробничих процесів [6]. Концепція міжнародного поділу праці бере початок із класичних теорій Адама Сміта й Давида Рікардо, зокрема теорії порівняльних переваг. Ця теорія стверджує, що різниця у

витратах на виробництво одних і тих самих товарів у різних країнах зумовлена природними, економічними та соціальними умовами. Тому країна має спеціалізуватися на виробництві тих товарів, які вона може виробляти ефективніше за інших, що дозволяє експортувати ці товари за вигідними цінами й імпортувати менш ефективно вироблену продукцію.

У сучасному світі швидкий технологічний прогрес, обмеженість ресурсів, зростання попиту та загострення міжнародної конкуренції спонукають національні економіки шукати нові шляхи розвитку. Міжнародна виробнича кооперація виступає одним із ефективних рішень цих викликів, оскільки дає змогу знижувати витрати й підвищувати результативність завдяки спеціалізації та обміну інноваціями.

На думку О.П. Микитюка [7, с. 35], кооперація у своєму розвитку пройшла шлях від елементарних форм співпраці в первісних суспільствах до складних міжрегіональних і міжнародних кооперативних структур у сучасних високотехнологічних умовах.

Виробнича кооперація, залежно від галузі, може бути орієнтована на виготовлення однорідної продукції, напівфабрикатів, комплектуючих та інших елементів, необхідних для створення кінцевих виробів. Її основою є договірні відносини між самостійними учасниками, що працюють за принципом спеціалізації. Так, в автомобільній промисловості кооперація полягає в постачанні вузлів, агрегатів та комплектуючих на основне виробництво.

Необхідність міжнародної кооперації обумовлюється кількома чинниками:

- зростаючою конкуренцією на світових ринках унаслідок збільшення числа виробників;
- обмеженими природними, фінансовими, технологічними та трудовими ресурсами;
- нерівномірним соціально-економічним розвитком країн;

- безперервним науково-технічним прогресом, що стимулює впровадження нових технологій у сфері транспорту, комунікацій та інформаційних технологій;
- формуванням потужних кооперативних альянсів з доступом до значних ресурсів і високим рівнем довіри споживачів;
- спеціалізацією підприємств, регіональною концентрацією фінансових, виробничих і трудових ресурсів, що сприяє розвитку міжнародної інтеграції.

А.Ю. Круганов [8] підкреслює, що міжнародна виробнича кооперація полягає у прямій взаємодії працівників підприємств різних країн у межах взаємопов'язаних виробничих процесів, що лежить в основі міжнародного поділу праці.

З огляду на стрімкий розвиток технологій і зміну споживчих потреб, міжнародна виробнича кооперація стала важливим елементом зовнішньоекономічної діяльності, що характеризується власними підходами та моделями реалізації. Її основними характеристиками є:

- довгострокові стабільні партнерські відносини;
- спільні виробничі програми з єдиними технічними стандартами й погодженими обсягами та ритмами постачання;
- тісна інтеграція з іншими видами міжнародної економічної діяльності, зокрема зовнішньою торгівлею та інвестиційним співробітництвом.

У своїй роботі "Міжнародна кооперація як ефективна форма сучасного економічного співробітництва" К. Фліссак [9, с. 18] розглядає компенсаційні контракти як окремий вид виробничої кооперації. Суть таких контрактів полягає в тому, що одна сторона постачає обладнання підприємствам, які входять до кооперації, а оплата здійснюється продукцією або сировиною, виготовленою за допомогою цього обладнання. Крім поставок, такі контракти можуть включати навчання персоналу, технічну підтримку, обмін

документацією, спільні дослідження й організацію маркетингових заходів. Угоди про продовження співпраці після початкового етапу сприяють стабільності таких взаємовідносин.

Ще однією поширеною формою міжнародної виробничої кооперації є передача ліцензій, виробничих технологій і ноу-хау за певну винагороду. Проте такі угоди часто мають короткостроковий характер і рідко передбачають створення сталих альянсів. На думку О.П. Голікової та О.О. Довгаль [10, с. 40], ліцензійні угоди є найпростішою формою кооперації й зазвичай слугують проміжним етапом до глибшої співпраці, наприклад, створення спільних підприємств.

Аутсорсинг у рамках міжнародної кооперації дозволяє розподілити виробничі й невиробничі функції, передаючи частину процесів стороннім компаніям (рис. 1.1). Наприклад, одне підприємство може відповідати за логістику чи найм персоналу для всіх учасників кооперації, що дає змогу партнерам зосередитися на основних виробничих завданнях.



Рис. 1.1. Види міжнародного аутсорсингу

За: [11]

Спільне виробництво передбачає взаємний обмін матеріалами та ресурсами, необхідними для виготовлення продукції, а також подальшу збірку готових виробів, що здійснюється однією або обома сторонами-партнерами. Для забезпечення ефективності цього формату співпраці важливо вирішити питання уніфікації та стандартизації складових частин, окремих модулів і кінцевої продукції. Така форма взаємодії зазвичай характеризується великими обсягами поставок, високою взаємозалежністю між учасниками, а також часто передбачає спільне виконання науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт (НДДКР).

За словами Ю. Зарозної [12], спільне виробництво дозволяє більш ефективно задіювати виробничі потужності підприємств, що в підсумку сприяє скороченню витрат і підвищенню конкурентоспроможності кінцевої продукції. Водночас така форма кооперації потребує чітко визначених обов'язків кожної зі сторін, узгодження цінових параметрів, запровадження єдиних технічних стандартів і систем контролю якості, дотримання вимог безпеки та детальної координації всіх операційних процесів.

В. Лещинський вказує, що основою діяльності спільних підприємств є акумуляція капіталу, спільне управління підприємницькою діяльністю, а також розподіл прибутків і ризиків між сторонами. Такий підхід поєднує переваги різних видів кооперації, дозволяючи виробляти якісну та конкурентоспроможну продукцію з меншими витратами й у коротші терміни. Це, своєю чергою, сприяє оперативному виходу компаній на міжнародні ринки та розширенню експортних можливостей [13, с. 10].

Формат кооперації на основі спільних проєктів передбачає об'єднання ресурсів і потенціалу двох або більше країн з метою реалізації конкретних програм або завдань. Основним викликом при цьому є недостатній рівень координації на початкових етапах перемовин і маркетингової діяльності.

Водночас світова практика демонструє успішність таких підходів, особливо у високотехнологічних галузях, таких як авіаційна та космічна промисловість.

Міжнародна виробнича кооперація є формою партнерства між іноземними компаніями, які виконують різні, але взаємопов'язані етапи виробничого процесу в межах міжнародного поділу праці. Вона є складовою зовнішньоекономічної діяльності, яка базується на побудові послідовного виробничого ланцюга, де кожен учасник виконує окрему функцію відповідно до своєї спеціалізації.

У міжнародному співробітництві щодо виробництва нової продукції існує два основних підходи (рис. 1.2). Перший передбачає спільне визначення партнерами переліку необхідних складових для створення товару з подальшим їх розподілом між сторонами відповідно до компетенцій. При цьому сторони узгоджують обсяги поставок, масштаби виробництва та умови реалізації готової продукції.

Інший підхід, за твердженням МакКохона [14, р. 35], ґрунтується на спільній розробці єдиного продукту в рамках інтегрованого виробничого процесу. Він передбачає тісну взаємодію партнерів у виробництві, проведенні досліджень та у фінансовій сфері. Такий формат співробітництва часто має міжгалузевий характер і широко застосовується в галузях авіабудування, оборонної промисловості й космічних технологій.

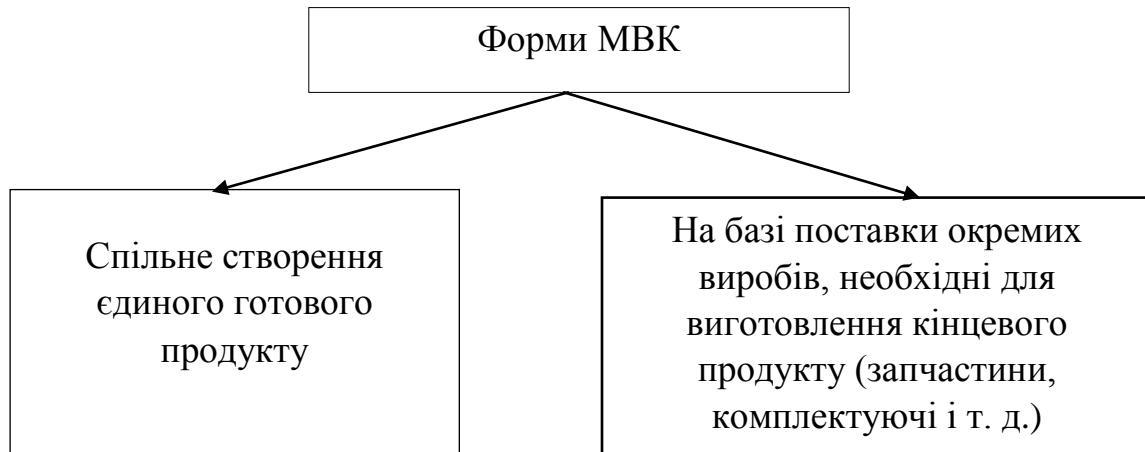


Рис. 1.2. Способи міжнародної виробничої співпраці на основі виготовлення нового продукту

За: створено автором

У сучасному глобалізованому світі транснаціональна співпраця бізнес-структур стрімко розвивається, охоплюючи практично всі форми міжнародної взаємодії. Новітні організаційні формати, зокрема транснаціональні корпорації (ТНК), активно виходять на світові ринки, що спричиняє посилення конкуренції за збутові канали та джерела сировини між компаніями та кооперативними об'єднаннями.

Як зазначають О.П. Голікова та О.О. Довгаль [10, с. 45], ТНК можна розглядати як форму добровільного об'єднання юридично та економічно незалежних підприємств, розташованих у різних країнах, які діють на основі довгострокових домовленостей для досягнення спільних цілей шляхом узгоджених дій. При цьому кількість учасників такого об'єднання не має чітких обмежень. Ще одним варіантом міжнародної кооперації є формування транснаціональних фінансово-промислових груп, які поєднують виробничо-технологічну співпрацю з акціонерними механізмами взаємодії. Транскордонні

домовленості дозволяють суттєво скоротити терміни запуску нових виробництв і знизити витрати на етапі розробок.

Таким чином, міжнародна виробнича кооперація перетворюється на ключовий інструмент соціально-економічного розвитку, сприяє науково-технічному прогресу, посилює процеси міжнародної інтеграції та дозволяє ефективно відповідати на виклики конкуренції через раціональне використання виробничих ресурсів. У контексті глобалізаційних процесів основні форми такої співпраці охоплюють: організацію спільного виробництва, постачання обладнання з подальшою компенсацією продукцією, передання ліцензій і виробничих технологій, обмін знаннями й досвідом, укладання контрактів, виконання науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт (НДДКР), створення спільних підприємств і реалізацію міжнародних проєктів.

Значення виробничої кооперації в сучасних умовах зростає. Це зумовлено тим, що об'єднання ресурсів і зусиль кількох компаній у межах єдиної системи дозволяє суттєво підвищити ефективність виробництва. В умовах посиленої глобальної конкуренції навіть великі корпорації стикаються з труднощами в організації масового випуску продукції у стислі терміни. Практика доводить, що такі завдання можуть бути реалізовані лише завдяки тісній взаємодії виробничих структур, які поєднують у собі не лише індустріальний, а й науковий потенціал.

## **1.2. Чинники та механізми оцінки ефективності залучення підприємств автомобільної промисловості до міжнародної кооперації**

Оцінити масштаб міжнародної виробничої кооперації доволі складно через відсутність єдиної методики статистичного аналізу, а також різноманіття форм і типів підприємств, залучених до цього процесу. У цьому контексті ключовим показником виступає ефективність, що відображає потенціал

компанії та ступінь досягнення поставлених цілей. Від точності та об'єктивності оцінки ефективності значною мірою залежать подальші перспективи розвитку підприємства, його прибутковість і здатність до залучення додаткових фінансових ресурсів у майбутньому. Саме тому оцінка ефективності міжнародної кооперації є одним із вирішальних чинників, що впливають на рішення підприємства долучатися до коопераційних проєктів. Такий показник визначається на основі порівняння отриманих економічних результатів із понесеними витратами.

Незважаючи на труднощі в оцінюванні, на основі наявної теоретико-методологічної бази можна виокремити два головні підходи до аналізу участі автомобільних компаній у міжнародних коопераційних проєктах:

- аналіз співвідношення досягнутих результатів до витрачених ресурсів;
- метод прямого порівняння, що полягає в оцінці вигод і витрат від партнерської взаємодії як загалом, так і для кожного окремого учасника.

О.М. Гребельник [15] пропонує розглядати оцінку ефективності стратегічної співпраці через чотири підходи:

- аналіз змін ринкових позицій компанії або партнерського об'єднання в динаміці;
- оцінювання фінансового стану партнера з урахуванням його змін у часі;
- підхід, що базується на порівнянні вигод і витрат стратегічної взаємодії, який слугує основою для ухвалення управлінських рішень щодо окремих проєктів;
- оцінювання з урахуванням когнітивних характеристик і рівня компетентності учасників партнерства [15].

Поєднання зазначених підходів дозволяє здійснити не лише кількісну оцінку ефективності, але й комплексний аналіз коопераційної взаємодії.

Як показано на рис. 1.3, основні чинники формування міжнародних коопераційних зв'язків можна систематизувати та проаналізувати для визначення позицій конкретних компаній у глобальній коопераційній системі. Зіставивши показники інноваційного потенціалу, рівня модернізації, поточних витрат, доходів, інвестицій і конкурентоспроможності підприємств, які не беруть участі в кооперації, з аналогічними показниками компаній, залучених до таких проєктів, можна отримати об'єктивну картину потенціалу підприємства й ухвалити обґрунтоване управлінське рішення.



Рис. 1.3. Чинники ефективності та інвестиційної підтримки участі підприємств у проєктах МВК у межах автомобільної галузі

Складено автором за: [16].

Для оцінки конкурентоспроможності вітчизняних компаній у сфері автомобілебудування доцільно використовувати індекс виявлених порівняльних переваг. Зосереджувати увагу при цьому варто не на окремих

підприємствах, а на аналізі галузі загалом, з урахуванням її участі у міжнародних виробничих коопераційних проектах.

Індекс виявлених порівняльних переваг (RCA) є одним із ключових аналітичних інструментів у сфері міжнародної торгівлі. Він дозволяє оцінити, в яких товарах або послугах країна має відносні конкурентні переваги чи недоліки на світовому ринку. RCA базується на фактичних даних зовнішньоторговельної діяльності та ґрунтується на теорії порівняльних переваг, яку свого часу запропонував Девід Рікардо. Сам індекс, більш відомий як індекс Баласси, був розроблений у 1965 році економістами Бейлою Балассою та Марком Ноландом. Його розрахунок здійснюється за такою формулою:

$$RCA^t = \frac{1000}{(X_j^t + M_j^t)} \times \left[ (X_{ij}^t - M_{ij}^t) - (X_j^t - M_j^t) \times \frac{(X_{ij}^t + M_{ij}^t)}{(X_j^t + M_j^t)} \right], \quad (1.2)$$

де  $X_{ij}^t$  – експорт товарів сектору ( $j$ ) країни ( $i$ ) до групи інших країн, що взяті для аналізу;

$M_{ij}^t$  – імпорт товарів сектору ( $j$ ) країни ( $i$ ) з групи інших країн, що взяті для аналізу;

$X_j^t$  – загальний експорт країни ( $i$ ) до групи інших країн, що взяті для аналізу;

$M_j^t$  – загальний імпорт країни ( $i$ ) з групи інших країн, що взяті для аналізу[17].

Таким чином, порівняльні показники обчислюються як співвідношення темпів зростання експорту (або імпорту) продукції певного сектора в Україні до темпів зростання експорту (чи імпорту) цієї ж продукції на світовому ринку або в окремих регіонах, наприклад, у країнах Європейського Союзу. Розрахунок має базуватись на фізичних (натуральних) обсягах зовнішньої торгівлі. Якщо значення індексу перевищує 1 ( $RCA > 1$ ), це свідчить про те, що

зовнішньоторговельна діяльність у конкретній галузі розвивається швидшими темпами, ніж загалом у світі або в окремому регіоні. Якщо ж значення індексу менше за 1 ( $RCA < 1$ ), це вказує на нижчі темпи розвитку зовнішньої торгівлі в порівнянні з міжнародними чи регіональними тенденціями.

Для оцінки ступеня узгодженості структури торговельного обміну між двома країнами на макрорівні доцільно застосовувати індекс взаємодоповнюваності. Цей інструмент показує, наскільки структура імпорту однієї країни відповідає структурі експорту іншої, що дозволяє зробити висновки щодо потенціалу для взаємовигідного торговельного співробітництва. Індекс взаємодоповнюваності дає змогу виявити можливості для розширення двосторонніх торговельних відносин та визначається за наступною формулою:

$$TCI_j = 100 - \sum \frac{M_{ik} - X_{ij}}{2}, \quad (1.3)$$

де  $X_{ij}$  – питома вага експорту  $i$ -го товару країни  $j$ ,

$M_{ik}$  – питома вага товару  $i$  в загальному імпорті країни  $k$ .

Якщо значення індексу дорівнює нулю, це означає, що країна не здійснює експорт відповідних товарів, а її торговельні партнери не імпортують цю продукцію. Вищі значення індексу свідчать про більший рівень відповідності між структурою експорту однієї країни та структурою імпорту іншої. Висока експортна комплементарність вказує на те, що країна активно бере участь у глобальному розподілі виробництва, виступаючи як постачальник окремих компонентів. З іншого боку, високий рівень імпортової комплементарності засвідчує, що країна є активним споживачем імпортованих комплектуючих, які використовуються для подальшої переробки або виготовлення готової продукції [18].

Оскільки підприємства переважно орієнтуються на економічні показники для аналізу результатів своєї діяльності, можливо провести порівняльні

емпіричні дослідження, які дозволять вивчити вплив інвестиційної співпраці на розвиток і посилення міжнародної кооперації, зокрема в автомобільній галузі. Стійке зростання економічних результатів, досягнуте завдяки інвестиційній підтримці, дає змогу партнерам упевнитися в доцільності та ефективності такої взаємодії. Це, у свою чергу, сприяє збереженню зацікавленості у довгострокових коопераційних зв'язках, які розглядаються як важливий інструмент отримання додаткових конкурентних переваг.

Розрахунок індикаторів ефективності ґрунтується на таких основних принципах:

- достовірність і надійність вхідної інформації;
- обов'язкове порівняння вихідних та вхідних показників у динаміці за чітко визначений часовий період;
- врахування всіх витрат і отриманих результатів у загальній оцінці;
- необхідність зіставлення фактичних результатів із запланованими, використовуючи єдину базу порівняння [19].

Для аналізу привабливості ринку та конкурентної позиції підприємства можуть використовуватися такі індикатори, як індекс ринкової привабливості (Q<sub>K</sub>) та індекс конкурентної позиції (Q<sub>P</sub>), які наведено в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Система показників для оцінювання привабливості і рівня конкурентних позицій підприємств у контексті МВК автомобільної галузі

Назва показника	Формула розрахунку
Показник рівня конкурентних позицій (Q <sub>P</sub> )	$Q_P = \frac{\sum M_j G_j}{\sum M_j} \quad (1.4),$ <p>де M<sub>j</sub> – експертна оцінка (%) G<sub>j</sub> – ваговий коефіцієнт</p>
Показник привабливості ринку (Q <sub>K</sub> )	$Q_K = \frac{\sum M_i G_i}{\sum M_i} \quad (1.5),$ <p>де M<sub>i</sub> – експертна оцінка (%) G<sub>i</sub> – ваговий коефіцієнт</p>

За: [20]

Під час оцінки експортної діяльності підприємств важливо визначити ключові показники для кожного з відповідних індикаторів. Зокрема, у процесі аналізу ринкової привабливості (QK) в автомобільній промисловості доцільно зосередити увагу на таких критеріях, як обсяг ринку, темпи його зростання, рівень цін і ступінь конкуренції. Для оцінювання конкурентоспроможності підприємства слід враховувати характеристики пропонованого продукту, умови виходу та присутності на ринку, а також очікувані фінансові результати. Порівняльний аналіз цих показників допомагає визначити найперспективніші ринки для залучення до міжнародних виробничих коопераційних проєктів, зокрема у сфері автомобілебудування.

Серед різних підходів до оцінювання ефективності участі підприємств у коопераційних ініціативах в автомобільному секторі найбільш обґрунтованим вважається дохідний підхід. Він охоплює основні аспекти діяльності, зокрема операційну та інвестиційну складові, поточні ринкові умови, фінансову стійкість компанії та якість управлінських рішень, що забезпечує комплексний аналіз результативності співпраці. Для отримання об'єктивних висновків важливо використовувати достовірні дані та здійснювати зіставлення показників у межах одного періоду часу.

Окрему увагу варто приділити оцінці рівня індексів виявлених порівняльних переваг, взаємодоповнюваності, ринкової привабливості та конкурентної позиції. Поєднане застосування цих індикаторів дозволяє здійснити ґрунтовну оцінку зовнішньоекономічної ефективності підприємства, визначити рівень його рентабельності та сформулювати дієві рекомендації щодо підвищення прибутковості через вдосконалення механізмів міжнародного співробітництва.

### **1.3. Досвід зарубіжних країн у розвитку міжнародної виробничої кооперації в автопромисловості**

У сучасних умовах посилення глобалізації та зростання конкуренції на світових ринках все більшого значення набувають міжнародні стратегічні технічні альянси та різні форми виробничої кооперації між компаніями з країн, що мають різний рівень економічного розвитку, виробничі потужності та зацікавленість у співпраці. Однією з ключових тенденцій розвитку світової економіки у XXI столітті є глибока інтеграція національних економік у глобальні виробничі ланцюги, що сприяє формуванню міжнародних кооперативів і стратегічних партнерств. Такі об'єднання будуються на засадах взаємовигідності, рівноправності, автономності учасників і спільної роботи задля досягнення узгоджених цілей.

Розвиток коопераційних зв'язків в автомобільній галузі тісно пов'язаний із поділом праці, спеціалізацією виробництва та взаємодією між підприємствами. Відповідно до принципів поділу праці, автомобілебудування розпочало свій розвиток ще з моменту створення перших транспортних засобів. Перші автомобілі вироблялися у невеликих приватних майстернях, зокрема таких, як Daimler і Adam Opel, які згодом стали основою для створення провідних автомобільних компаній. З розвитком технологій і ускладненням конструкцій з'явилася потреба у створенні великих заводів, зокрема таких, як Ford, який реалізовував принцип самозабезпечення. Проте, з ростом попиту та необхідністю масового виробництва, частину процесів з виготовлення окремих компонентів почали передавати спеціалізованим постачальникам. Це дозволило значно скоротити витрати і пришвидшити виробництво. Наразі кожен автовиробник має власну мережу постачальників, які виготовляють компоненти згідно з чітко визначеними технічними параметрами. Саме виробнича кооперація є важливою умовою збереження конкурентоспроможності в галузі та її сталого розвитку.

Історично виробництво автомобілів зароджувалося в умовах кустарних майстерень, таких як у Daimler і Opel. Згодом у зв'язку зі зростанням технічної складності процесів виникла необхідність у масштабному виробництві, прикладом чого став завод Ford. Згодом тенденція до розширення масштабів виробництва й адаптації до специфіки ринку спричинила передачу частини виробничих операцій іншим підприємствам, що дозволило суттєво знизити собівартість автомобілів [21].

Автомобільна промисловість охоплює майже всі основні форми виробничої кооперації. Це — укладання контрактів на виготовлення техніки й устаткування, спільне виробництво (розподіл виробничих програм, створення міжнародних асоціацій, організація спільних підприємств), а також участь у транснаціональних об'єднаннях. Спільні підприємства є особливо ефективною формою, оскільки вони дозволяють адаптуватися до особливостей національних економік, поєднувати фінансові й технологічні ресурси, а також накопичений досвід різних сторін.

Сучасна автомобільна галузь вимагає безперервного впровадження інновацій, дотримання високих стандартів якості, надійності продукції, використання новітніх маркетингових підходів і конкурентоспроможних цінових стратегій. Виробникам необхідно постійно оновлювати модельний ряд, впроваджувати нові функціональні рішення й залишатися в тренді галузевих змін. У зв'язку з цим особливе значення має вибір ефективних форм виходу на міжнародні ринки через участь у коопераційних проєктах з урахуванням економічних, географічних та політичних чинників.

У другій половині ХХ століття глобальна автомобільна промисловість зазнала значних трансформацій. Наприклад, у 1950 році на частку США припадало понад 80 % світового виробництва легкових автомобілів (без урахування комерційного транспорту). До 2010 року ця частка зменшилася до 4,6 %, а у 2021 році — до 2,7 %, що демонструє суттєве зниження глобальної

конкуентоспроможності американської автопромисловості. Попри це, Сполучені Штати залишаються одним із провідних автомобільних ринків, хоча його насиченість означає, що головна увага виробників зосереджена на ринку заміни. Це значно посилює конкуренцію між автовиробниками за частку на цьому сегменті. Цікаво, що обсяг виробництва автомобілів у США в 1990-х роках залишався на рівні 1950-х років.

Згідно з ключовими світовими тенденціями, можна виокремити основні форми інтернаціоналізації економічної та виробничої діяльності, які різняться між собою за рівнем ринкової присутності, глибиною інтеграції, а також складністю управління (рис. 1.4).

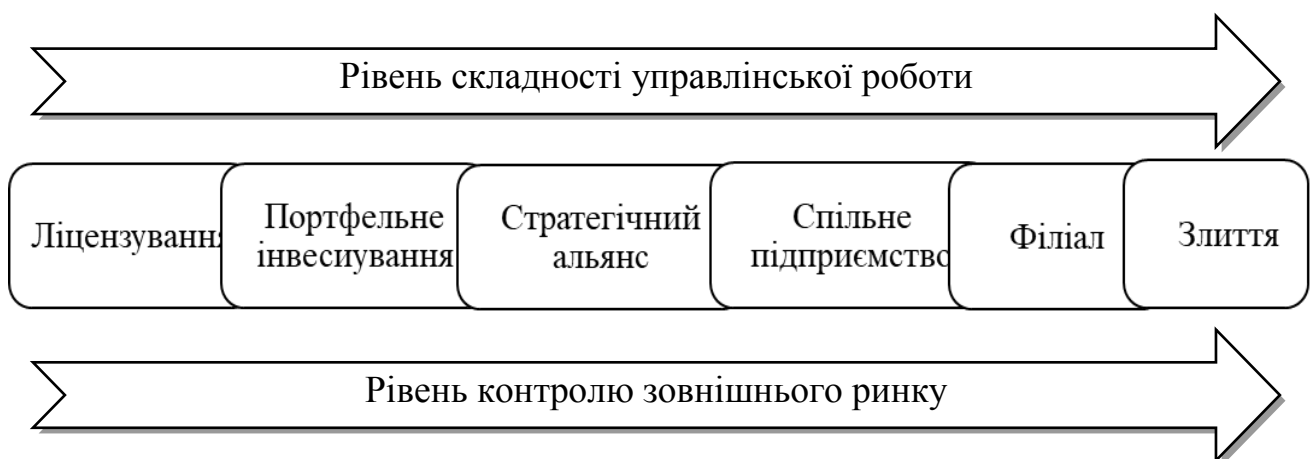


Рис. 1.4. Розподіл форм міжнародної співпраці за ступенем складності управлінської роботи та контролю зовнішнього ринку

Складено автором за: [22]

Ліцензування є однією з поширених форм співпраці у сфері виробництва автозапчастин і комплектуючих. Наприклад, компанія Suzuki отримала ліцензію на випуск дизельних двигунів, розроблених італійською компанією Fiat, для продажу на азійському ринку.

Німецький виробник Daimler реалізував стратегію портфельного інвестування, придбавши частку в індійській компанії Tata Motors, яка здобула

популярність завдяки виробництву бюджетної моделі Nano. Аналогічну практику перехресного інвестування застосовують і Renault (Франція) та Nissan Motor (Японія), які уклали стратегічну угоду про партнерство, що передбачає взаємне володіння акціями в рамках глобальної програми кооперації.

Також варто відзначити спільну діяльність компаній BMW, Daimler і General Motors у напрямку розробки гібридних автомобілів. Вони співпрацюють у сфері обміну інноваційними технологіями, а також ділять між собою витрати та ризики, пов'язані з реалізацією таких проєктів. Водночас французький автоконцерн PSA Group (колишній PSA Peugeot Citroën) і японська Toyota Motor Corporation створили спільне підприємство Toyota Peugeot Citroën Automobile Czech Republic (TPCA) у Чехії. На його базі налагоджено виробництво практично ідентичних моделей — Citroën C1, Peugeot 107 і Toyota Aygo [23].

Світові автовиробники дедалі активніше інтегрують свої виробничі процеси, залучаючи партнерів з різних країн. Залежно від конкретної моделі, складові автомобіля можуть виготовлятися на підприємствах у різних частинах світу (табл. 1.2). Такий підхід дозволяє створювати глобальні виробничі ланцюги, оптимізувати витрати та забезпечувати широку присутність бренду на міжнародних ринках через розвинену мережу дилерських центрів.

Таблиця 1.2

Міжнародна інтеграція країн для виготовлення нового продукту автомобільної галузі

Автомобільний бренд	Країна-власник та розробник бренду	Країна-виробник (деталі, комплектуючі, збір транспорту)
Honda	Японія	Туреччина, Великобританія,
Nissan		Великобританія, Іспанія
Suzuki		Нідерланди, Угорщина, Іспанія
Toyota		Великобританія, Франція, Туреччина, Чехія
Renault	Франція	Франція, Іспанія, Румунія, Великобританія, Туреччина
Citroen		Великобританія, Франція, Чехія, Іспанія, Португалія
Peugeot		Словаччина, Франція, Туреччина, Іспанія, Великобританія, Португалія, Чехія, Румунія, Іспанія
Opel	Німеччина	Іспанія, Німеччина, Польща, Франція
Volkswagen		Німеччина, Франція, Бельгія, Іспанія, Польща, Португалія, Словаччина
KIA	Корея	Словаччина, Україна
Hyundai		Туреччина, Україна

Складено автором на основі: [24]

Філії та виробничі підрозділи компаній, що прагнуть розширити свою присутність на зарубіжних ринках, є поширеною практикою в глобальній автомобільній індустрії. Зокрема, німецький концерн Daimler відкрив виробничий підрозділ у місті Кечкемет (Угорщина), орієнтований на економічне виробництво автомобілів класу "А" та "В" преміального сегмента.

У сучасних умовах придбання компаній переважає над процесами злиття, оскільки вважається менш ризикованим видом партнерства. Прикладом невдалої спроби стратегічної інтеграції є альянс між Daimler та Chrysler у США. Спільна діяльність цих компаній не сприяла зниженню витрат, що стало причиною розриву партнерства та подальшого продажу активів Chrysler [25].

Тенденції злиттів, поглинань, формування альянсів і стратегічних партнерств свідчать про те, що компаніям складно виходити на глобальні ринки самостійно. Існують винятки — такі бренди, як британська Morgan чи японська Mitsuoka, які зберігають незалежність, але не займають вагомих позицій у світовому автопромі. Для досягнення значних обсягів виробництва

та реалізації — сотень тисяч або мільйонів одиниць на рік — компаніям необхідна сильна підтримка у формі стратегічних союзів (як у випадку Renault–Nissan) або володіння портфелем брендів (як у Volkswagen Group). Навіть такі самостійні виробники, як Mazda, нині стикаються з труднощами в забезпеченні стабільного зростання та експансії на нові ринки.

Компанія Volkswagen у Німеччині успішно реалізувала логістичну модель, яка передбачає створення кластерів постачальників у межах 10 км від головного виробничого комплексу, що дозволяє оптимізувати ланцюг постачання.

У галузі автомобілебудування широко застосовуються дві основні моделі імпортного складання — SKD та CKD.

SKD (Semi Knocked Down) передбачає часткове розбирання автомобілів перед транспортуванням до країни призначення, де відбувається остаточне складання. Це дає змогу знизити податкові витрати, оскільки мито на комплектуючі часто є нижчим, ніж на готові автомобілі.

CKD (Completely Knocked Down) передбачає повне розбирання транспортного засобу на окремі компоненти, які імпортуються та проходять етапи зварювання, фарбування, зборки й тестування вже на місцевих підприємствах. Такий підхід забезпечує вищий рівень локалізації виробництва та подальше зниження митних витрат.

Компанія Daimler, наприклад, організувала виробництво за схемою CKD у низці країн Південно-Східної Азії — Таїланді, В'єтнамі, Малайзії та Індонезії. Це дозволило уникнути високих імпортних тарифів на готові автомобілі, які у В'єтнамі, наприклад, сягають 50 % від митної вартості.

Модель модульного виробництва, що застосовується в США, ґрунтується на принципах вертикальної дезінтеграції з одночасною інтеграцією постачальницьких ланцюгів. Компанії орієнтуються на глибоку спеціалізацію, залучення багаторівневої системи субпідрядників і активне

використання аутсорсингу — зокрема у виробництві автобусів. Такий підхід дозволяє споживачам замовляти оптимальні варіанти комплектації. Зазвичай великі автоконцерни співпрацюють із 2000–2500 субпідрядними компаніями. Наприклад, Chrysler, Ford і General Motors самостійно виготовляють лише 34 %, 38 % і 47 % компонентів відповідно, решту забезпечують постачальники [26].

Традиційно компанії США та Японії виробляли більшість автомобільних компонентів власними силами. Проте із розвитком технологій і виробничих процесів дедалі більше функцій передається на аутсорсинг. Це охоплює не тільки виготовлення деталей, але й збірку модулів, а також розробку технологій, тестування, закупівлю запчастин, пакування та реалізацію продукції. Водночас провідні автовиробники зберігають за собою ключові функції — проєктування нових моделей, розроблення виробничої стратегії, управління брендом, удосконалення дизайну та технічних характеристик, а також виготовлення тестових прототипів.

Таким чином, міжнародна виробнича кооперація є сталою і невід'ємною частиною розвитку автомобільної промисловості. Подібні партнерства часто не оформлюються як повноцінні юридичні об'єднання, однак спрямовані на досягнення глобальних цілей. У складних ринкових умовах вони стають для компаній ефективним інструментом мінімізації витрат і виходу на нові ринки. Крім того, існують стратегічні альянси, орієнтовані на досягнення довгострокового лідерства в галузі.

У сучасному автопромі активно використовуються обидві форми імпортного складання — SKD і CKD. Перша передбачає ввезення частково розібраних авто для зборки на місці, тоді як друга — імпорт окремих компонентів із подальшим виготовленням та складанням на локальних виробничих майданчиках.

## **РОЗДІЛ II ЕФЕКТИВНА ІНТЕГРАЦІЯ АВТОМОБІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ У МІЖНАРОДНЕ ВИРОБНИЧЕ СПІВРОБІТНИЦТВО**

### **2.1 Актуальні аспекти та формати участі українських підприємств у міжнародній кооперації**

Фахівці з міжнародних економічних відносин провели детальну класифікацію сучасних організаційно-економічних моделей міжнародної промислової кооперації. Серед основних форм такої взаємодії виділяють: стратегічні альянси між промисловими компаніями, міжнародні консорціуми, транснаціональні корпорації, спільні підприємства, а також іноземні інвестиції у виробництво, трансфер технологій і транскордонні процеси злиття та поглинання [27, с. 30]. В умовах глобалізації та посилення конкуренції саме міжнародна промислова співпраця стала вагомим чинником стабільності та поступального розвитку економік. Спеціалізація в рамках міжнародної кооперації визначається особливостями галузі, рівнем технологічного розвитку й наявним обладнанням. Наприклад, у машинобудуванні кооперація зазвичай проявляється у постачанні вузлів, комплектуючих і напівфабрикатів на головне підприємство. У разі співпраці з хімічною промисловістю машинобудівні підприємства закупають такі ресурси, як фарби, мастила та інші хімічні матеріали.

Як зазначає О.П. Микитюк [7], конкуренція є вирішальним чинником, який впливає на участь підприємств у міжнародних коопераційних проєктах. Залежно від рівня конкурентоспроможності вона може як сприяти, так і стримувати розвиток галузей. Наприклад, у країнах із недостатніми конкурентними перевагами конкуренція часто ускладнює формування ефективних коопераційних зв'язків. Один із прикладів — зупинений українсько-російський проєкт створення військово-транспортного літака Ан-70, реалізація якого була заблокована через конкуренцію з російськими аналогами Іл-76МФ і Іл-106.

Станом на сьогодні в Україні працює понад десять підприємств, що спеціалізуються на виробництві кабельної проводки для автомобілів. Через високу частку ручної праці головною конкурентною перевагою для інвесторів є відносно низька вартість робочої сили. У цій галузі зайнято близько 22 тисяч працівників, однак більшість об'єктів є не повноцінними заводами, а виробничими лініями з ручного складання продукції з імпортних компонентів для потреб глобального автомобільного ринку.

Пік активного розвитку цього сегмента припав на 2016–2017 роки. У 2017 році продукція кабельного виробництва (ізольовані дроти та кабелі) увійшла до топ-7 експортних товарів України.

Серед ключових компаній, які реалізують міжнародні коопераційні проекти в автомобільній промисловості, можна виокремити:

1. ДП "Борднетце" — українське підприємство, що належить японській корпорації *Sumitomo Electric Bordnetze*. В Україні працюють чотири заводи (Байківці, Чернівці, Чортків, Хмельницький), де загалом зайнято близько 5 тис. осіб.

2. Leoni — німецька компанія, яка володіє двома заводами в Україні (Стрий та Коломия), де працює понад 7 тис. працівників. Продукція призначена для *General Motors* та *Opel*.

3. Nexans — французький виробник, що через підприємство *Electrocontact Ukraine* має три заводи у Львівській області (Броди, Золочів, Перемишляни). На них працює понад 2,3 тис. працівників, а продукція постачається *BMW*, *Mercedes*, *Porsche*, *Audi* і *Mini*.

4. Fujikura — японська корпорація з трьома заводами в Україні (два у Львові, один у Немирові). Виробляє проводку для *Audi* та *Volkswagen*, загалом — понад 3 тис. працівників.

5. Baader Україна — німецька компанія, яка має два заводи з виробництва чохлів для автомобільних сидінь (Городок та Козичі, Львівська

область). Всього на підприємствах зайнято понад 3,1 тис. осіб. Основні клієнти — *Audi* та *BMW*.

6. *Yazaki* — японський виробник, який з 2002 року веде діяльність на Закарпатті. Працює 1,8 тис. людей, продукція постачається до країн Європи.

7. *Leoni Walleng Systems UA* — одне з найбільш успішних підприємств, що спеціалізується на виробництві бортових кабельних мереж у селі Ніжів (Львівська область). Постачає продукцію для *Opel*, *Volkswagen*, *Audi*, *Porsche* та *Lamborghini*. У проєкт інвестовано понад 65 млн євро, а в групу компаній *Leoni* входять підприємства у 31 країні, де загалом працює понад 86 тис. людей. У 2021 році компанія отримала 143,9 млн євро чистого прибутку при обсязі продажів 4,9 млрд євро [28].

Серед нових лідерів міжнародної кооперації в автомобільній галузі можна виділити ТОВ «Фуджікура Аутомотив Україна-Львів», яка працює з 2016 року. Основне виробництво розташоване в с. Підрясне Львівської області, також відкрито завод у Раві-Руській. Компанія виготовляє електропроводку для *Volkswagen*, щороку сплачуючи понад 14 млн грн до місцевого бюджету та близько 12 млн грн до держбюджету України [29]. Заплановане відкриття нових заводів у Вінниці та Черкасах.

Отже, коопераційні моделі економічної взаємодії між державами слід розглядати як скоординовану систему, що передбачає співпрацю між національними суб'єктами з метою розвитку зовнішньоекономічної діяльності, нарощування експортного потенціалу та залучення інвестицій. Така система враховує як цілі партнерства, так і форми взаємодії — від укладання угод до створення спільних підприємств та стратегічних альянсів. Не менш важливим є вибір партнерів, аналіз ризиків, визначення конкурентних переваг, оцінка інвестиційної привабливості та ефективне регулювання співпраці на державному рівні.

Для комплексної оцінки стану автомобільної промисловості України варто проаналізувати діяльність підприємств, що виготовляють автотранспортні засоби. Згідно з даними таблиці 2.1, у 2021 році спостерігалось суттєве скорочення обсягів виробництва — на 22,9 % у порівнянні з 2020 роком. Загалом було випущено 6,623 тис. одиниць транспорту. Водночас у сегменті автобусів зафіксовано зростання на 3,4 %, що становило 831 тис. одиниць.

Таблиця 2.1

Виробництво автотранспортних засобів в Україні у 2019-2021 роки (шт.)

№ з/п	Виробники	2019	2020	2021	відносне відхилення (2019/2020), %	відносне відхилення (2020/2021), %
№ з/п	Виробники	2019	2020	2021	відносне відхилення (2019/2020), %	відносне відхилення (2020/2021), %
1.	«ЗАЗ» (Запорізький автомобілебудівний завод):	526	1 674	131	218,3	-92,2
	Авто	403	1 151	1	185,6	-99,9
	Комерційні автомобілі	118	479	85	305,9	-82,3
	Автобуси	2	44	45	780	2,3
2.	«АвтоКрАЗ» (Кременчуцький автомобільний завод) (комерційні автомобілі):	480	0	0	-100	0
3.	Корпорація «Богдан» (автобуси)	78	110	50	41	-54,5
4.	Корпорація «Еталон» («Чернігівський автоплан») (автобуси):	3	178	188	5 833,3	5,6
5.	«Єврокар»	3 937	6 145	5 659	56,1	-7,9
6.	«Черкаський автобус»:	203	389	488	91,6	25,4
	комерційні автомобілі	5	7	47	40	571,4
	автобуси	198	382	441	92,9	15,4
	автомобілі	4 340	7 296	5 660	68,1	-22,4
	комерційні автомобілі	603	486	132	-19,4	-72,8
	автобуси	321	804	831	150,5	3,4
	<b>Всього</b>	<b>8 586</b>	<b>6 623</b>	<b>63,1</b>	<b>-22,9</b>	

За: [30].

Серед провідних вітчизняних виробників легкових автомобілів варто виділити такі компанії, як корпорація «УкрАВТО» (ПрАТ «Запорізький автомобілебудівний завод»), корпорація «Богдан» (ПрАТ «Луцький автомобільний завод»), корпорація «Еталон» (Чернігівське підприємство «Автоплан») та ПрАТ «Єврокар». Починаючи з 2018 року, Запорізький

автомобільний завод припинив виробництво легкових автомобілів і наразі спеціалізується переважно на виготовленні кузовних деталей.

Водночас компанія «Єврокар» забезпечує суттєву частку у загальному обсязі випуску легкових транспортних засобів в Україні. Її діяльність продовжує відігравати важливу роль у збереженні виробничого потенціалу автомобільної галузі.

Динаміка розвитку окремих напрямів автомобільної промисловості України наочно представлена на рисунку 2.1. Згідно з даними за 2021 рік, найбільшу частку у структурі промислового виробництва посідало виготовлення машин і устаткування, не включених до інших угруповань — 39 %, а також виробництво інших видів транспортних засобів, на яке припадало 25 %.

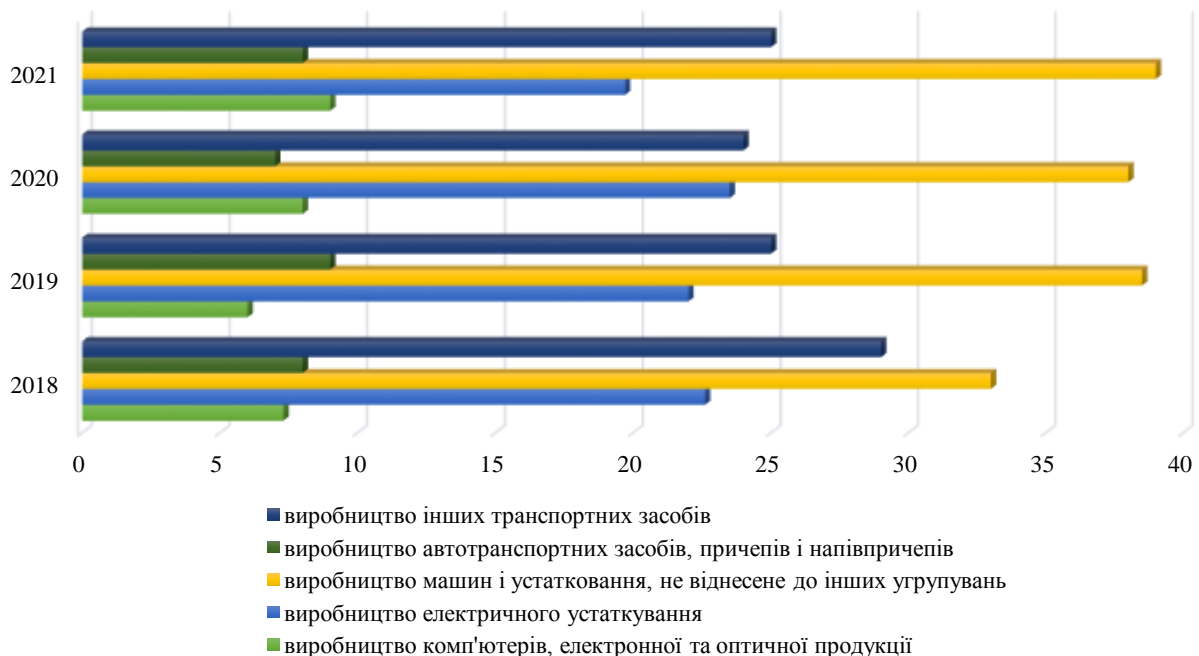


Рис. 2.1. Динаміка виробництва автомобільної промисловості України у 2018-2021 рр.

Побудовано автором за: [30]

Розглянемо детальніше тенденції, що спостерігаються у сфері експорту автомобільної електропроводки з України. Значне скорочення обсягів експорту цієї продукції у 2016–2017 роках на 103,76 млн дол. США було спричинене політичною нестабільністю в державі та військовими діями на Сході України внаслідок збройної агресії з боку росії.

Однак у наступні роки експортні показники демонстрували позитивну динаміку (див. рис. 2.2). Зокрема, у 2020 році обсяг поставок автомобільної проводки на зовнішні ринки збільшився на 12,23 % у порівнянні з 2019 роком і досяг 1 365,9 млн дол. США, що становить приріст на 148,9 млн дол. США.

Утім, протягом десяти місяців 2021 року зафіксовано спад обсягів експорту на 15,7 % — до 1 151,5 млн дол. США, що в абсолютному вираженні становить зменшення на 214,4 млн дол. США.

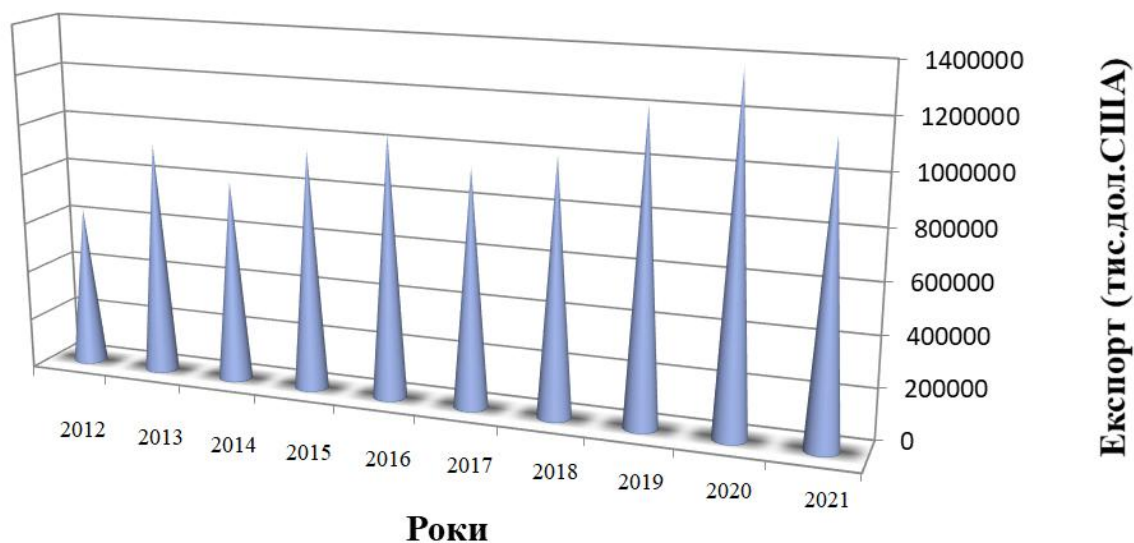


Рис. 2.2. Динаміка українського експорту комплектів проводки для свічок запалювання і комплектів проводів інших типів, що використовуються у моторних транспортних засобах у 2012-2021 рр.

Побудовано автором

З метою визначення перспективних напрямів для експорту автомобільної електропроводки необхідно здійснити комплексний аналіз ринкової привабливості, рівня конкурентоспроможності та потенціалу виходу на зовнішні ринки країн, які нині є основними імпортерами цієї продукції з України. До таких держав належать Німеччина, Угорщина, Польща та Чеська Республіка. Окрім того, доцільно враховувати і ті країни, чия частка в експортній структурі поки що незначна, але які мають потенціал для зростання у майбутньому. Зокрема, це Словаччина, Румунія та Нідерланди.

Для глибшого розуміння привабливості окремих ринків і виявлення конкурентних переваг українських виробників було проведено експертне дослідження. Результати аналізу узагальнено в таблицях 2.1 і 2.2, де подано оцінку привабливості ринку та рівня конкурентоспроможності на прикладі ринку Німеччини.

Індекс привабливості ринку (QK) обчислювався за наступною формулою:

$$Q_K = \frac{\sum M_i G_i}{\sum M_i} = \frac{58,39}{457} = 0,128 \quad (2.1)$$

Таблиця 2.2

Експертна оцінка привабливості ринку Німеччини для вітчизняного експорту комплектів проводів для автомобілів

Показники	Експертні оцінки					Ваговий коефіцієнт $G_i$	MiGi
	Дуже погано (0-20%)	Погано (21-40%)	Нейтрально (41-60%)	Добре (61-80%)	Дуже добре (81-100%)		
1. обсяг ринку				63		0,11	6,93
2. ріст ринку				70		0,16	11,2
3. структура споживачів			50			0,11	5,5
4. діапазон цін			50			0,11	5,5
5. купівельна спроможність				70		0,16	11,2
6. доступність ринку				64		0,14	8,96
7. інтенсивність конкуренції			40			0,09	3,6
8. політико-економічні ризики			50			0,11	5,5
<b>Сума</b>			<b>190</b>	<b>267</b>			<b>58,39</b>

За: розраховано автором

Щодо інших країн, включених до дослідження — Нідерландів, Чеської Республіки, Словаччини та Польщі, — значення індексу ринкової привабливості становить відповідно 0,125; 0,124; 0,125 та 0,127. Деталізовані результати обчислення коефіцієнтів конкурентних позицій українських виробників наведено в Додатку Д. Загалом аналізовані країни демонструють незначні відмінності за рівнем ринкової привабливості, що свідчить про приблизно однаковий потенціал з точки зору умов виходу на ринок.

Втім, за підсумками експертного оцінювання, ринок Німеччини було визначено як найбільш пріоритетний для розвитку експортної діяльності у сфері автомобільної електропроводки.

Після попереднього визначення потенційно привабливих ринків доцільно здійснити додатковий аналіз конкурентних позицій українських виробників як на обраному ринку, так і на інших ринках, що дозволить ухвалити остаточне рішення щодо вибору цільових країн для експорту.

Результати розрахунків рівня конкурентних позицій ( $Q_p$ ) представлено у таблиці 2.3. Зазначений показник визначено за такою формулою:

$$Q_p = \frac{\sum M_j G_j}{\sum M_j} = 0,155 \quad (2.2)$$

Згідно з розрахунками, проведеними за формулою (2.2), показник конкурентних позицій українських підприємств на ринку Німеччини ( $Q_p = 0,155$ ) підтверджує доцільність розвитку співпраці саме з німецькими партнерами порівняно з іншими країнами. Для прикладу, аналогічний показник для Нідерландів становить 0,153, для Словаччини — 0,153, Чехії — 0,150, а Польщі — 0,151. На нашу думку, основними чинниками такого результату є значна місткість німецького ринку та високий потенціал отримання позитивного фінансового результату від експортної діяльності в цьому напрямку.

Таблиця 2.3

Експертна оцінка конкурентних позицій українських підприємств (виробників електричної проводки) на ринку Німеччини

Показники	Експертні оцінки					Ваговий коефіцієнт $G_j$	$M_j G_j$
	Дуже погано (0-20)	Погано (21-40)	Нейтрально (41-60)	Добре (61-80)	Дуже добре (81-100)		
1. конкурентоспроможність продукції			55			0,18	9,9
2. ціни та умови укладення контракту			50			0,13	6,5
3. умови присутності на ринку		40				0,1	4
4. умови збуту				70		0,18	12,6
5. умови комунікації				70		0,18	12,6
6. ринкова частка			42			0,08	3,36
7. оцінка можливого фінансового результату				70		0,18	12,6
<b>Сума</b>		<b>40</b>	<b>147</b>	<b>210</b>		<b>1</b>	<b>61,56</b>

За: розраховано автором

Основні маркетингові завдання на ринках Чеської Республіки та Польщі передбачають:

- підтримання стабільних і довгострокових відносин із наявними партнерами;
- поступове скорочення залежності від бартерних форм розрахунків.

Щодо Нідерландів та Словаччини, стратегічні цілі зосереджені на:

- активному пошуку нових потенційних партнерів для налагодження бізнес-взаємодії;
- освоєнні нових ринкових ніш за рахунок впровадження інноваційної продукції.

У контексті німецького ринку основна увага приділятиметься підвищенню якісних характеристик автомобільної електропроводки. Для реалізації цього завдання планується розширити співпрацю з німецькими автовиробниками, зокрема шляхом постачання кабельних мереж під їхніми торговими марками.

Такий формат співпраці передбачає експорт продукції на умовах франшизи, що, своєю чергою, потребуватиме модернізації виробничих потужностей та залучення іноземних інвестицій для придбання сучасного високотехнологічного обладнання.

## **2.2. Дослідження результативності співпраці України та Німеччини в автомобільній промисловості**

Ключовими завданнями зовнішньоекономічної політики України є повноцінна інтеграція до міжнародної фінансово-економічної системи, розширення співробітництва з іншими державами та активна участь у глобальному поділі праці. Основу для створення сприятливих економічних умов становить активний пошук ефективних форматів взаємодії з країнами Європи, а також поступова гармонізація національного законодавства з європейськими стандартами, поліпшення інвестиційного клімату та ефективне залучення фінансових ресурсів в українську економіку.

Окрему увагу приділено створенню умов, які стимулюють інтерес іноземних інвесторів до співпраці з Україною. У цьому напрямку держава активно взаємодіє з Європейським Союзом, зокрема в межах спільних економічних ініціатив. Особливо важливим у цьому контексті є розвиток економічного партнерства з Німеччиною, яка розглядається як один із ключових зовнішньоекономічних союзників України.

Незважаючи на наявність різних теоретичних підходів до міжнародної співпраці, на сьогодні не існує єдиного, чітко визначеного набору інструментів, які б забезпечували максимально ефективну інтеграцію України у світову економіку.

Для аналізу конкурентних переваг українських автомобілебудівних компаній, що беруть участь у міжнародних виробничих коопераційних

проектах, доцільно використовувати індекс виявлених порівняльних переваг (RCA). Його обчислення здійснюється за такою формулою [74]:

$$RCA^t = \frac{1000}{(X_j^t + M_j^t)} \times \left[ (X_{ij}^t - M_{ij}^t) - (X_j^t - M_j^t) \times \frac{(X_{ij}^t + M_{ij}^t)}{(X_j^t + M_j^t)} \right], \quad (2.3)$$

де  $X_{ij}^t$  – експорт продукції сектору ( $j$ ) країни ( $i$ ) до групи інших країн, взятих для аналізу;

$M_{ij}^t$  – імпорт продукції сектору ( $j$ ) країни ( $i$ ) з групи інших країн, взятих для аналізу;

$X_j^t$  – загальний експорт країни ( $i$ ) до групи інших країн, взятих для аналізу;

$M_{ij}^t$  – загальний імпорт країни ( $i$ ) з групи інших країн, взятих для аналізу.

Відповідно до результатів розрахунку індексу виявлених порівняльних переваг за товарною групою «Комплекти проводів свічок запалювання та інші види комплектів проводів, що використовуються в автомобілях, літаках і суднах» у 2021 році (рис. 2.3), Україна продемонструвала найвищий рівень конкурентних переваг у торгівлі автомобільними комплектуючими — зокрема кабельними мережами — на ринку Німеччини, де значення індексу RCA склало 1,828.

Високі показники також були зафіксовані в Угорщині (0,703), Румунії (0,682) та Словаччині (0,661). Традиційно українські підприємства, що спеціалізуються на виробництві цієї продукції, зберігають стійкі конкурентні позиції і на ринках Нідерландів, Португалії та Іспанії.

Такий рівень конкурентоспроможності пояснюється високим ступенем інтегрованості українських виробничих підприємств у глобальні ланцюги постачання. Серед найбільш активних учасників міжнародної кооперації можна відзначити компанії Fujikura, Time & Space та Leonie Wiring Systems UA GmbH,

які успішно функціонують у сфері виробництва автомобільної електропроводки та комплектуючих.

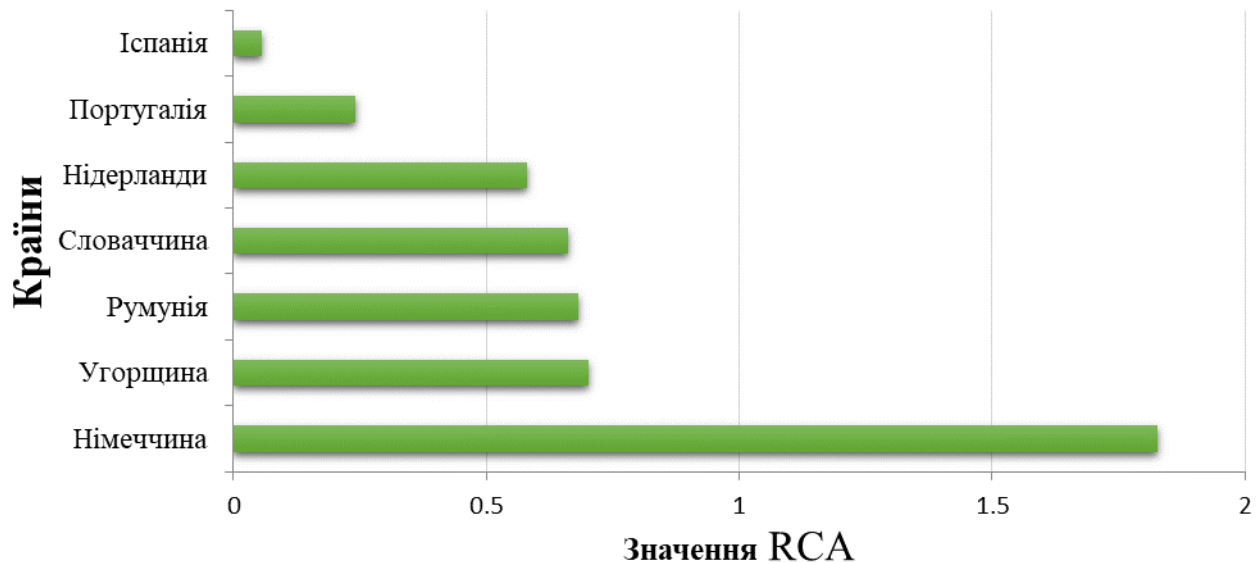


Рис. 2.3 Ранжування товарної групи «Комплекти проводки для свічок запалювання та комплекти проводки інших типів, що використовуються в моторних транспортних засобах, суднах та літаках» згідно з індексом виявлених порівняльних переваг (RCA) України у торгівлі з країнами Євросоюзу у 2021 р.

За: розраховано автором

Згідно з даними за 2021 рік (рис. 2.4), негативні значення індексу виявлених порівняльних переваг (RCA) України у сфері торгівлі автомобільними кабельними мережами були зафіксовані на таких ринках, як Польща (RCA = -0,752), США (-0,528), Китай (-0,526), Франція (-0,361) та Чеська Республіка (-0,319), а також в інших країнах.

Ці значення свідчать про активне зростання обсягів імпорту даної продукції в Україну з перелічених держав. Основна причина такої тенденції полягає в тому, що вітчизняні виробники автотранспортних засобів, зокрема «Богдан Моторс», «Єврокар» та інші, імпортують значну частину комплектуючих, необхідних для організації власного виробництва. Це є

типовим прикладом функціонування підприємств, орієнтованих на збірку автотехніки з імпортних компонентів, у рамках міжнародних виробничих ланцюгів.

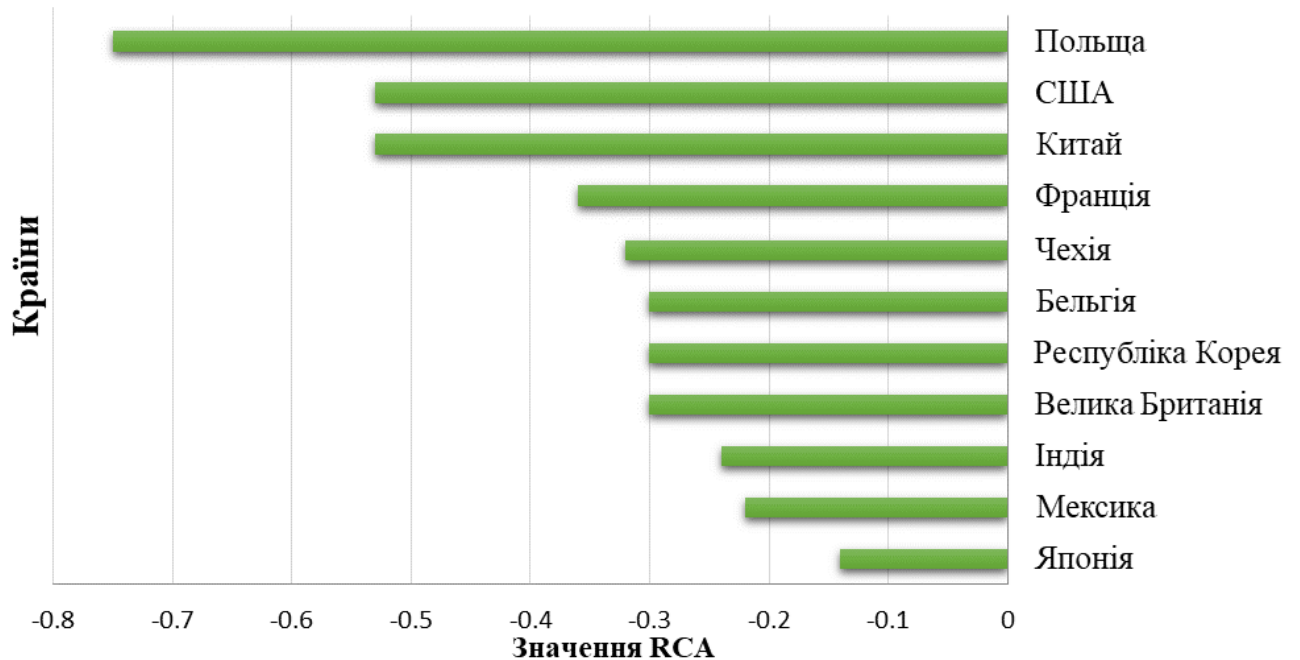


Рис. 2.4. Від'ємні значення індексів виявлених порівняльних переваг (RCA) в товарній групі «Комплекти проводки для свічок запалювання і комплекти проводки інших типів, що використовуються у моторних транспортних засобах у 2021 р.

За: розраховано автором

Україна експортує автомобільні кабельні мережі до понад 80 країн світу. Основними напрямками збуту залишаються такі країни, як Німеччина (на яку припадає 23 % загального експорту цієї продукції), Польща (22 %), Румунія (13 %) та Чехія (12 %). Така експортна структура обумовлена активною участю українських підприємств у міжнародних коопераційних проєктах з партнерами в зазначених країнах.

Серед інших важливих ринків збуту варто також відзначити Угорщину (11 %), Словаччину (9 %) та Нідерланди (6 %), що також мають відчутну частку в експорті українських кабельних мереж (рис. 2.5).

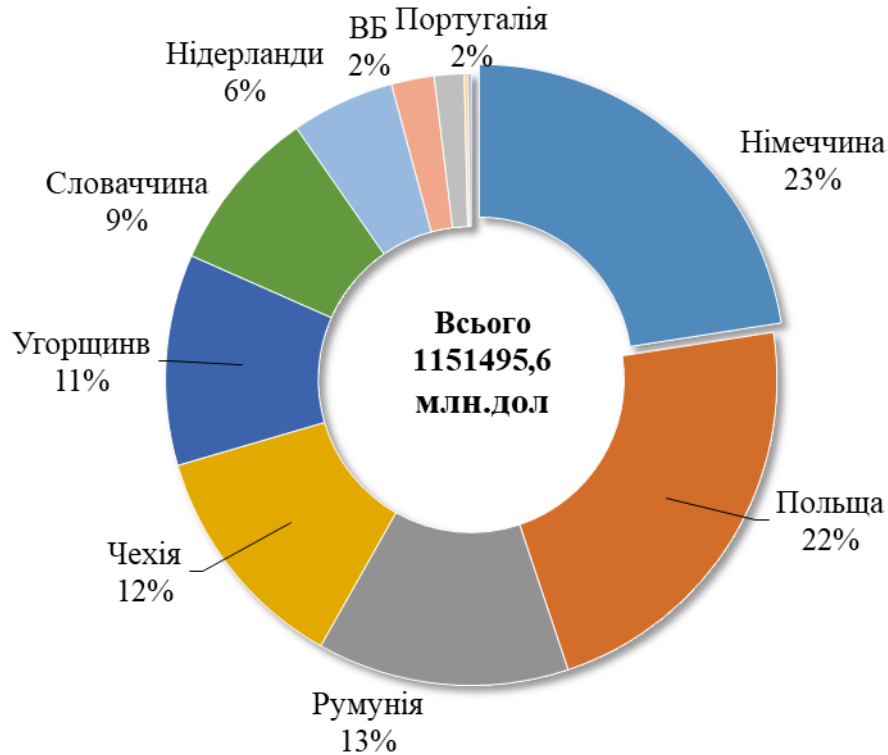


Рис. 2.5 Регіональна структура українського експорту комплектів проводки для свічок запалювання і комплектів проводки інших типів, що використовуються у моторних транспортних засобах у 2021 р.

Побудовано за: [30].

Імпорт автомобільної кабельної продукції в Україну тісно пов'язаний з діяльністю вітчизняних підприємств машинобудівного комплексу. Виробництво легкових автомобілів зосереджено на таких основних заводах, як Запорізький автомобілебудівний завод, Кременчуцький автоскладальний завод, ТОВ «Єврокар» та корпорація «Богдан». Упродовж останніх передвоєнних років в Україні здійснювалося виробництво окремих моделей легкових автомобілів, зокрема ZAZ Forza, Lanos, Chance, Sens, Chevrolet Aveo, а також автомобілів брендів Kia, Hyundai, Chevrolet, SsangYong, Geely, Chery та Skoda.

Виробництвом вантажного автотранспорту займається ПАТ «АвтоКрАЗ», а автобусне виробництво здійснюють такі підприємства, як ПАТ «Богдан Моторс» (Луцький автомобільний завод), ПАТ «Бориспільський автомобільний завод», Львівський автобусний завод і Запорізький автомобілебудівний завод.

Починаючи з 2010–2011 років, в Україні спостерігалось активне зростання автомобільного виробництва, що зумовило збільшення імпорту кабельної продукції для автотранспорту (рис. 2.6). Проте розвиток галузі супроводжувався низкою проблем, серед яких: низький рівень техніко-економічних показників, недостатній розвиток виробництва комплектуючих, обмежений доступ до міжнародного науково-технічного співробітництва, а також повільне впровадження екологічних стандартів. Усе це спричинило поступове зниження конкурентоспроможності української автомобільної промисловості, що, у свою чергу, призвело до скорочення обсягів імпорту автомобільної електропроводки.

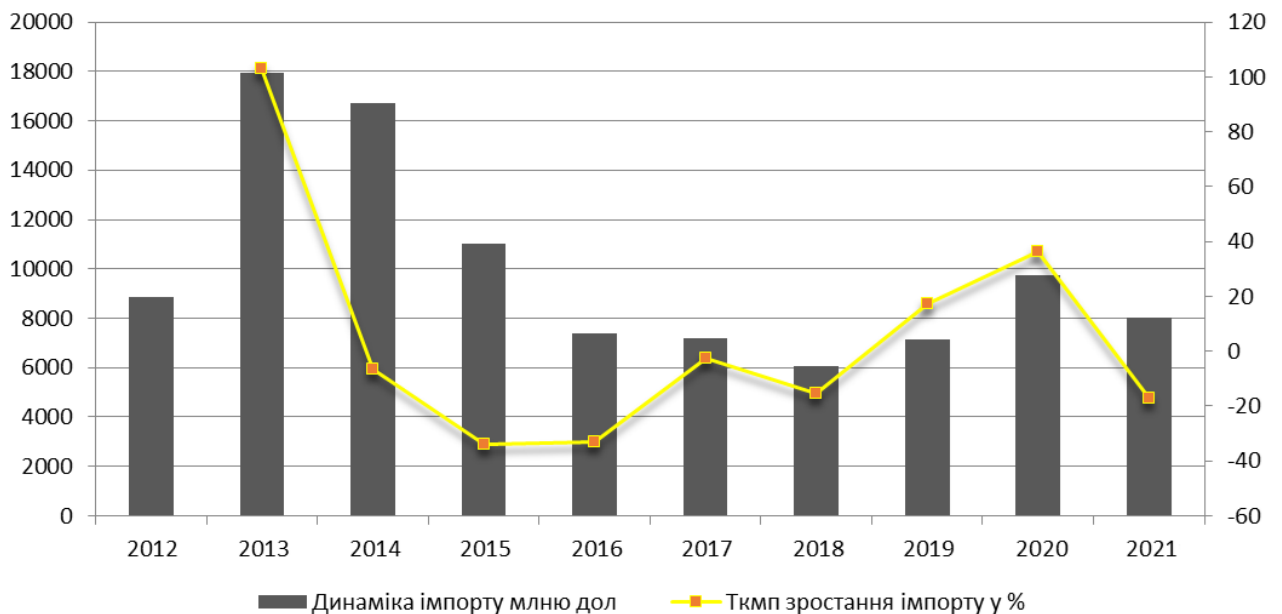


Рис. 2.6. Динаміка вітчизняного імпорту комплектів проводки для свічок запалювання та комплектів проводки інших типів, що використовуються в моторних транспортних засобах у 2012-2021 рр.

Побудовано автором за: [30].

Із 2014 року Україна перебуває у стані війни з російською федерацією, що призвело до втрати ряду промислових підприємств, зокрема тих, що розташовані на тимчасово окупованих територіях. Водночас, починаючи з кінця 2016 року, в країні активно реалізовувалися структурні реформи, поглиблювалися євроінтеграційні процеси та зміцнювалися торговельно-економічні зв'язки з державами Європейського Союзу. Ці фактори сприяли зростанню імпорту кабельної продукції для автомобільного транспорту.

Однак у 2021 році спостерігалось зниження обсягів імпорту в цій категорії на 17,3 % у порівнянні з попереднім роком. У грошовому вираженні спад склав 1 684,1 тис. доларів США, а загальний обсяг імпорту становив 8 044 млн доларів США (див. рис. 2.7).

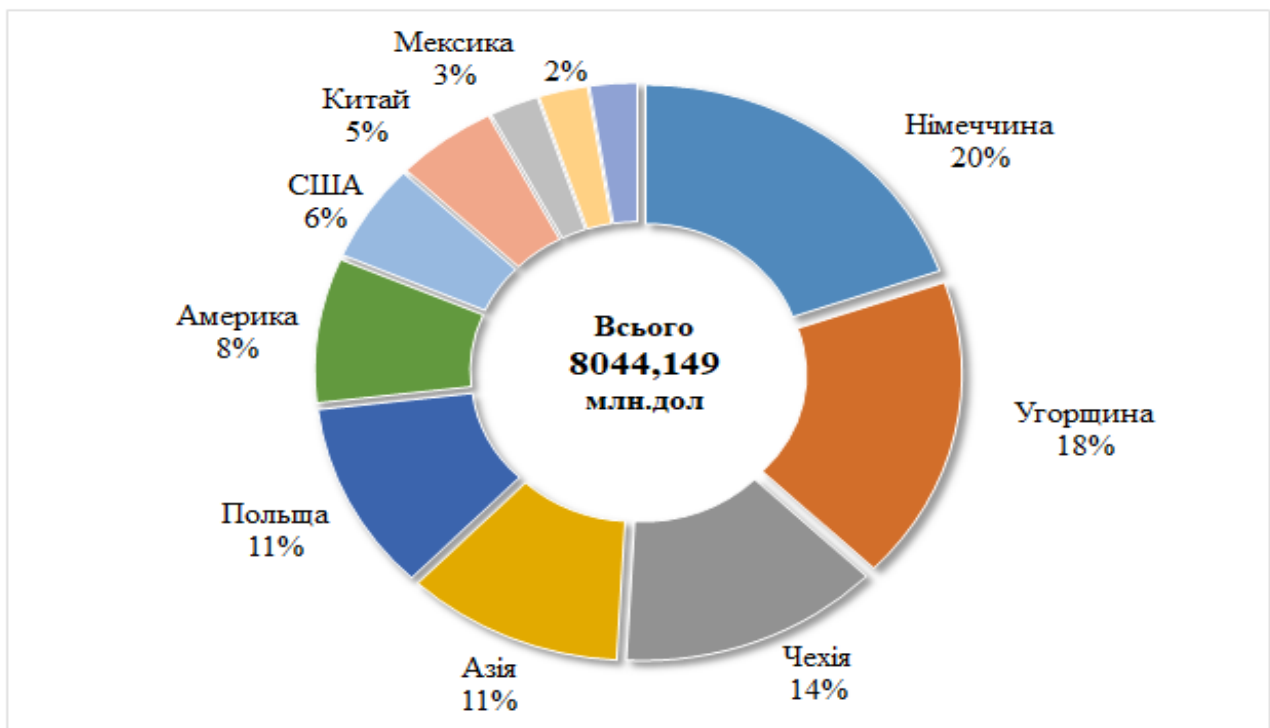


Рис. 2.7. Регіональна структура українського імпорту комплектів проводки для свічок запалювання і комплектів проводки інших типів, що використовуються у моторних транспортних засобах у 2021 р.

Побудовано автором за: [30].

Ключовими постачальниками автомобільної електропроводки до України є Німеччина (яка забезпечує 20 % від загального обсягу імпорту), Угорщина (18 %) та Чеська Республіка (14 %). Крім того, значні обсяги поставок надходять із США, Китаю, Румунії (по 5 %), а також з Великої Британії та Франції (по 4 %).

Для визначення рівня стратегічної взаємодії між Україною та її ключовими зовнішньоекономічними партнерами, зокрема Німеччиною, доцільно провести оцінку показників комплементарності (взаємодоповнюваності) торговельно-економічних зв'язків. Вивчення комплементарності дозволяє встановити, наскільки економіки країн-партнерів є взаємодоповнюючими або, навпаки, конкуруючими.

Термін «комплементарність» походить із французької мови (*complementarité*) і означає взаємне доповнення.

У межах аналізу двосторонніх економічних зв'язків виокремлюють три основні рівні дослідження:

Макрорівень — загальна оцінка взаємодоповнюваності національних економік у цілому;

Мезорівень — аналіз взаємодії між окремими галузями двох країн;

Мікрорівень — дослідження кооперації між конкретними підприємствами або їх групами.

Для проведення аналізу на макрорівні рекомендовано розраховувати індекс взаємодоповнюваності торгівлі між двома державами. Цей індекс відображає ступінь відповідності структури імпорту однієї країни структурі експорту іншої (і навпаки) та дозволяє оцінити потенціал для розвитку взаємовигідної торговельної співпраці.

Формула для обчислення індексу комплементарності подається нижче:

$$TCI_j = 100 - \sum \frac{M_{ik} - X_{ij}}{2}, \quad (2.4)$$

де  $X_{ij}$  – питома вага експорту  $i$ -го товару країни  $j$ ;

$M_{ik}$  – питома вага товару  $i$  в загальному імпорті країни  $k$ .

Значення індексу комплементарності, яке дорівнює нулю, свідчить про відсутність торгівлі між двома країнами в межах певної товарної групи — або відсутність експорту з однієї сторони, або імпорту з іншої. У протилежному випадку, якщо індекс досягає 100, це вказує на повну відповідність структур експорту однієї країни й імпорту іншої, що свідчить про високий рівень узгодженості в зовнішній торгівлі між партнерами.

Чим вищий показник індексу, тим більший ступінь взаємного доповнення між економіками. Високе значення експортного індексу комплементарності свідчить про активну участь країни у міжнародному поділі праці як постачальника компонентів, тоді як високий імпортовий індекс відображає роль країни як споживача складових частин, що використовуються у глобальних виробничих процесах [17].

Для формування ефективної зовнішньоторговельної стратегії України доцільно розрахувати показники комплементарності торгівлі з Німеччиною у розрізі ключових товарних груп, у яких Україна бере участь у міжнародній виробничій кооперації. Ці дані стосуються мезорівня аналізу (тобто міжгалузевої взаємодії), а результати розрахунків наведено в таблиці 2.4 та отримано відповідно до формули 2.5.

$$TCI_j = 100 - 24,86 = 75,1 \quad (2.5)$$

Таблиця 2.4

Комплементарність товарної структури двосторонньої торгівлі України і Німеччини у розрізі продукції автомобільної промисловості у 2021 р.

№ товарної групи	Товарна група	Питома вага від загального обсягу імпорту Німеччини, %	Питома вага від загального обсягу експорту України, %	$\frac{M_{ik} - X_{ij}}{2}$
8544300	Комплект проводів запалювання та інші набори проводів для транспортних засобів, літаків або суден	11,210	25,440	7,1150
8544490	Електричні провідники, для напруги <= 1,000 В, ізольовані, не оснащені роз'ємами	0,170	4,680	2,2570
8544420	Електричні провідники для напруги <= 1,000 В, ізольовані, оснащені роз'ємами,	0,050	0,370	0,160
8544200	Коаксіальний кабель та інші коаксіальні електропроводи, ізольовані	25,220	0,040	12,590
8501000	Двигуни та генератори, електричні (крім електрогенераторних установок)	1,190	0,380	0,4050
8708300	Гальма і гальмові системи з підсилювачами та їх частини	4,550	2,100	1,2250
8708400	Коробки передач та їх частини	0,020	2,240	1,110
Сума				24,8620

Розраховано автором за: [30; 31].

Економіки України та Німеччини демонструють високий рівень взаємодоповнюваності у межах досліджуваних товарних груп — 75 %, що вказує на значний потенціал розвитку двостороннього економічного співробітництва. Важливим чинником, який сприяв зміцненню партнерських відносин, стало приєднання України до Зони вільної торгівлі з Європейським Союзом у 2017 році. Це дало можливість суттєво розширити експорт української продукції на німецький ринок, хоча одночасно й посилило конкуренцію з боку імпортової продукції на внутрішньому ринку України.

Однак повномасштабне вторгнення російської федерації суттєво вплинуло на динаміку зовнішньої торгівлі, особливо у сфері експорту продукції автомобільної промисловості до Німеччини, призупинивши її зростання.

Підсумовуючи результати дослідження участі українських компаній у міжнародних коопераційних проєктах у межах розглянутих товарних груп, слід відзначити, що найбільша частка експорту припадає на Німеччину (23 %). Це пояснюється наявністю в Україні підприємств, які інтегровані у європейські виробничі ланцюги, зокрема в рамках кооперації з німецькими компаніями. Серед інших ключових напрямів експорту — Польща (22 %), Румунія (13 %) та Чеська Республіка (12 %).

У свою чергу, провідними країнами-постачальниками електричної кабельної продукції для автотранспорту в Україну залишаються Німеччина (20 %), Угорщина (18 %) і Чеська Республіка (14 %). Загалом імпорт цієї продукції має тенденцію до зростання, що пов'язано з розвитком вітчизняних автомобілебудівних підприємств.

Завдяки перевищенню обсягів експорту над імпортом, зовнішньоторговельне сальдо залишається позитивним і має перспективи до подальшого поліпшення. Додатковим аргументом на користь поглиблення співпраці з Німеччиною є вже згаданий високий рівень економічної взаємодоповнюваності (75 %), що створює сприятливе підґрунтя для подальшого розвитку коопераційних зв'язків між двома країнами.

### **2.3. Аналіз впливу інвестиційної взаємодії на розвиток міжнародної кооперації в автомобільній галузі**

Аналіз рівня розвитку виробничих коопераційних зв'язків України в контексті залучення прямих іноземних інвестицій неможливо здійснити без використання економетричних і математичних методів. Особливо важливе значення мають економетричні моделі, які дозволяють встановити

взаємозалежності між економічними показниками. У цьому дослідженні розглядаються, зокрема, обсяги іноземних інвестицій, що надходили в Україну в довоєнний період 2010–2021 років, а також основні напрями їх використання та джерела походження.

Як показано на рисунку 2.18, найнижчий рівень припливу прямих іноземних інвестицій в Україну було зафіксовано у 2014 році. Така динаміка стала наслідком політичної нестабільності, бойових дій на сході країни та анексії Криму. Крім того, негативну інвестиційну атмосферу формували такі чинники, як:

- високий рівень корупції;
- неефективність судової системи;
- непрозорість та непослідовність законодавства;
- бюрократичні бар'єри у сфері державного управління;
- труднощі з відшкодуванням ПДВ;
- технічні та адміністративні перешкоди у зовнішньоекономічній діяльності та митних процедурах.

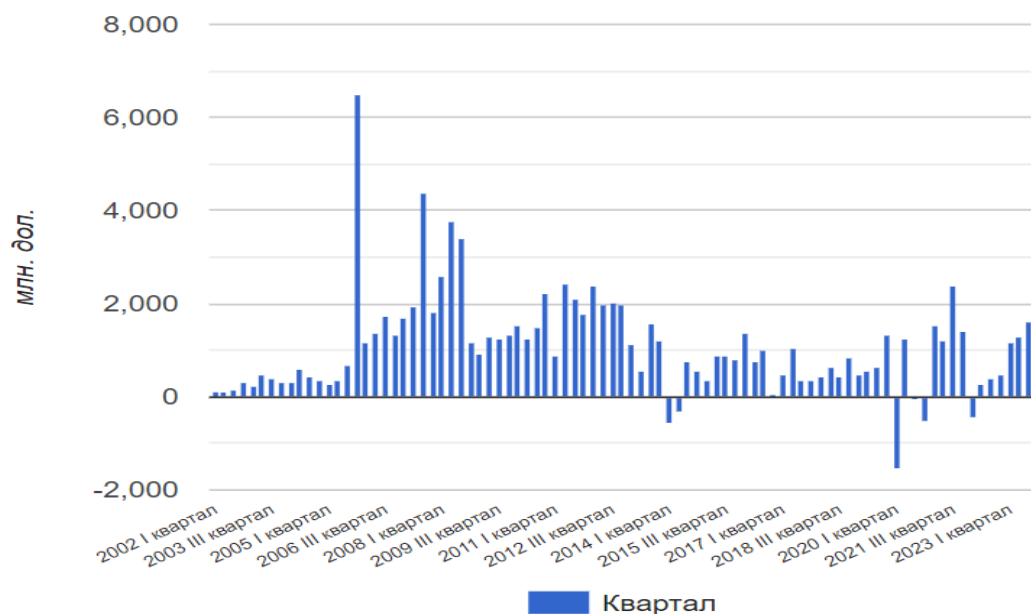


Рис. 2.8. Прямі іноземні інвестиції в Україну, млн. дол. США за 2002-2023 рр.  
За:[30].

Попри повномасштабну війну, за даними Національного банку України, у I кварталі 2023 року спостерігалось суттєве зростання прямих іноземних інвестицій (ПІІ) — на 703 млн дол. США, що становить збільшення на 148 % порівняно з попереднім кварталом. Станом на кінець I кварталу обсяг ПІІ в Україну досяг 1179 млн дол. США, що є максимальним показником за останні чотири квартали. Для порівняння, мінімальний рівень інвестицій у цьому періоді складав лише 260 млн дол. США.

Серед основних країн-інвесторів :

- Кіпр – 388,8 млн дол. США (25,6 %),
- Нідерланди – 295,1 млн дол. США (16,1 %),
- Велика Британія – 5,5 %,
- Німеччина – 4,6 %,
- Британські Віргінські Острови – 4,1 %,
- Швейцарія – 3,9 %.

Водночас зафіксовано суттєве скорочення обсягів інвестицій з Угорщини – на 250,6 млн дол. США, до рівня 0,31 млрд дол. США [55].



Рис. 2.9. Галузева структура прямих інвестицій в Україну у 2021 році  
За: [30]

Як показано на рисунку 2.9, найбільша частка прямих іноземних інвестицій (ПІІ) в Україні припадає на промисловість — 34 %. Значний обсяг інвестицій також залучається в оптову та роздрібну торгівлю і сферу ремонту транспортних засобів (16 %) та фінансову й страхову діяльність (11 %). Окрему зацікавленість іноземні інвестори виявляють щодо операцій з нерухомістю, де обсяг вкладень становить 405,3 млн дол. США (12 %), а також до інформаційних і комунікаційних технологій (7 %) і професійної, наукової та технічної діяльності (7 %).

Оцінку факторів, що формують інвестиційний клімат країни, здійснюють міжнародні рейтинги та індекси. Один із найавторитетніших — індекс інвестиційної привабливості, який регулярно публікує Європейська бізнес-асоціація. Він базується на трьох складових: оцінка минулого періоду, поточна

ситуація та очікування на майбутнє. Індекс оновлюється двічі на рік. За шкалою оцінювання:

- 5 балів означає сприятливе середовище для інвестування,
- 3 бали — нейтральні умови,
- менше 3 — сигналізують про негативний інвестиційний клімат [32].

Наприкінці 2022 року інтегральне значення індексу для України зросло до 2,48 бала, що відповідає рівню 2020 року, коли країна стикалася з наслідками пандемії COVID-19. Негативний вплив на інвестиційну привабливість продовжують чинити:

- повномасштабна війна,
- атаки на критичну інфраструктуру,
- високий рівень корупційних ризиків.

Водночас позитивні сигнали, які відзначає бізнес-середовище, включають:

- надання Україні статусу кандидата на вступ до ЄС;
- скасування митних тарифів і квот на експорт;
- впровадження безвізового режиму для вантажних перевезень із ЄС.

Станом на сьогодні Україна займає 131-е місце у світовому рейтингу інвестиційної привабливості [33], що свідчить про нейтральний рівень інвестиційного середовища, але вимагає усунення системних бар'єрів для залучення іноземного капіталу.

У межах дослідження для емпіричної оцінки впливу інвестицій на розвиток міжнародної кооперації в автомобільній промисловості використовується економетричний програмний комплекс EViews. За методом найменших квадратів (МНК) аналізуються квартальні дані щодо:

- FDISM — прямі іноземні інвестиції в Україну (у доларах США) за період 2007–2021 рр.;

- EXPORTSM — експорт товарів групи XVI (машини, устаткування, верстати, електрообладнання), зокрема підгрупи електричних машин, до якої належить і автомобільна електропроводка.

Саме кабельна продукція становить найбільшу частку у виробництві українських підприємств, що беруть участь у міжнародній виробничій кооперації (рис. 2.10).

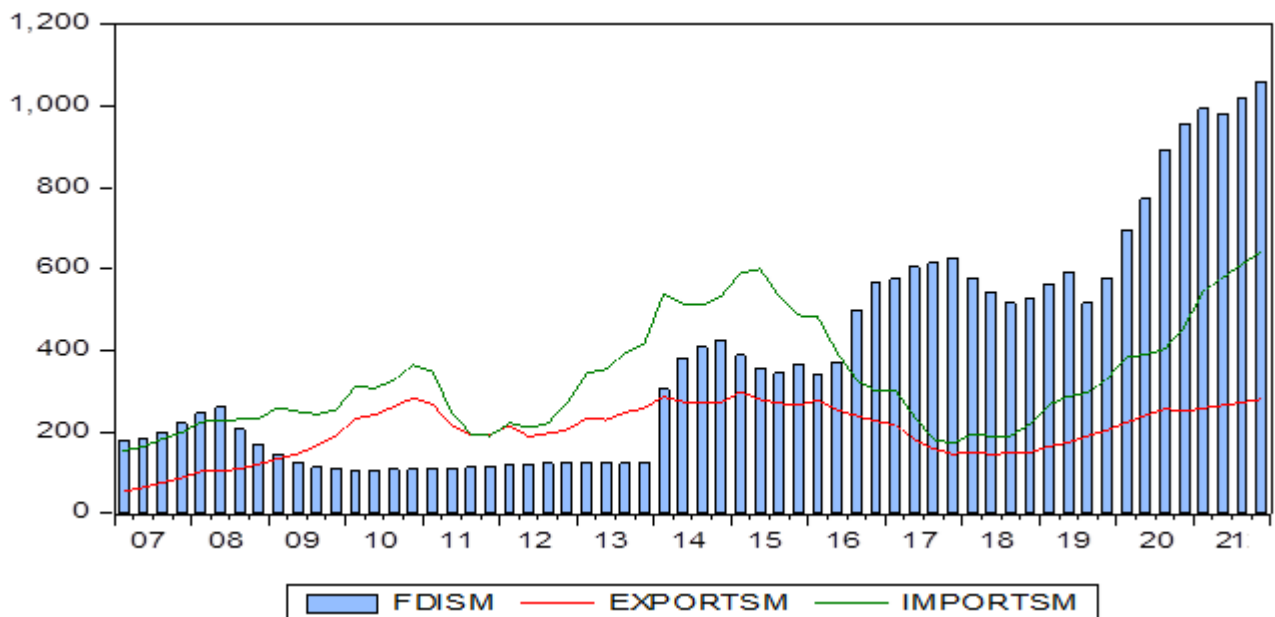


Рис. 2.10. Прогнозовані дані прямих інвестицій, експорту та імпорту машин та обладнання у період з 1Q2007 року по 4Q2021 року

За: побудовано автором

З метою приведення до однакового періоду поквартальних даних FDI та EXPORTGOODS було проведено процедуру їх згладжування (див. рівняння 2.6)..

$$\text{EXPORTSM} = (13.38) + \frac{184.2}{(1.93^{**})} \quad (2.6)$$

$$R^2 = 0.06 \quad DW = 0.079$$

Доцільно також проаналізувати вплив прямих іноземних інвестицій (FDI) на показник IMPORTSM — імпорт обраної товарної групи, що є одним із

ключових елементів товарної структури зовнішньої торгівлі в рамках міжнародної виробничої кооперації (див. рівняння 2.7)

$$IMPORTSM = \frac{251.36}{(9.26)} + \frac{0.22}{(3.77^{**})} \quad (2.7)$$

$$R^2 = 0.20 \quad DW = 0.110$$

На основі рівнянь 2.6 і 2.7 можна зробити висновок, що прямі іноземні інвестиції мають вплив на обсяги експорту та імпорту, проте коефіцієнти регресії не є статистично значущими. Значення рівня ймовірності за F-статистикою становлять 0,06 для експорту та 0,05 для імпорту, що лише частково підтверджує висунуту гіпотезу. Крім того, низький коефіцієнт детермінації свідчить про нестійкість побудованої моделі.

Для подальшого аналізу взаємозв'язку економічних показників України з показниками країн Центральної та Східної Європи (ЦСЄ) було застосовано тест причинності Гренджера. Цей підхід дозволяє оцінити взаємовплив між виробничими показниками автомобільної промисловості та ВВП як України, так і країн регіону ЦСЄ. Надалі для побудови емпіричної моделі функціональної залежності використовуються методи двоетапних найменших квадратів (2SLS) та VAR/VEC-моделювання, що дозволяють глибше дослідити динаміку взаємозв'язків.

Враховуючи, що іноземні інвестиції можуть стати одним із ключових чинників відновлення промисловості України у післявоєнний період, їх роль як елемента глобалізації та кооперації вбачається особливо важливою. Очікується, що збільшення обсягу капіталу з боку іноземних інвесторів і кредиторів, а також приплив середньо- та довгострокових інвестицій сприятимуть:

- зниженню відсоткових ставок;
- підвищенню ліквідності фінансових ринків;
- створенню сприятливого середовища для розвитку внутрішньої промисловості, зокрема автомобільного сектору, який залишається однією з найбільш перспективних галузей національної економіки.

Однак результати емпіричних досліджень свідчать, що вплив іноземного капіталу може бути суперечливим. Щоб мінімізувати ризики та максимізувати вигоди від міжнародного співробітництва, необхідно:

- сформувати ефективну ринкову інфраструктуру;
- удосконалити регуляторну політику;
- забезпечити макроекономічну стабільність.

Крім того, для країн, що розвиваються, участь у глобальних економічних процесах часто супроводжується зростанням вразливості до зовнішніх шоків. Це вимагає запровадження ефективного механізму державного регулювання, який би відповідав національним інтересам і гарантував стійкість економічної системи в умовах нестабільності.

## РОЗДІЛ III ШЛЯХИ ЗМІЦНЕННЯ РОЛІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ АВТОМОБІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ В МІЖНАРОДНИХ КООПЕРАЦІЙНИХ ВИРОБНИЧИХ ПРОЦЕСАХ

### 3.1. Ключові стратегії залучення українських підприємств до міжнародної виробничої кооперації

Досвід провідних країн світу засвідчує, що високого рівня економічного зростання нерідко вдається досягти саме завдяки пріоритетному розвитку автомобільної промисловості, яка є одним із найнаукомісткіших секторів економіки. Це пояснюється рядом важливих чинників: швидким технологічним циклом, можливістю масового серійного виробництва, високою оборотністю фінансів, залученням споживчих заощаджень до виробництва, а також створенням нових робочих місць і розширенням обсягів виробництва [34, с. 40].

Водночас українські підприємства в автомобільному секторі стикаються з низкою проблем, що обмежують їхню ефективну інтеграцію у міжнародну виробничу кооперацію. Серед ключових бар'єрів — техніко-економічна відсталість, недостатній розвиток науково-технічної бази, низька інвестиційна привабливість через політичну та економічну нестабільність, повільне впровадження екологічних стандартів та проблеми з утилізацією відходів.

У країнах Європейського Союзу автомобільна промисловість є рушієм економічного зростання. У цій галузі працює близько 12 мільйонів осіб, і, за оцінками, кожне робоче місце в автомобілебудуванні створює ще 7–8 у суміжних секторах, таких як металургія, хімія, електроніка, сфера послуг тощо.

Серед провідних напрямів розвитку автомобільної промисловості в ЄС варто виокремити:

- захист інтелектуальної власності;
- впровадження інновацій;
- екологічну модернізацію;
- постійне оновлення технічних вимог і стандартів.

У цих умовах поглиблення співпраці України з країнами Європи у сфері автомобілебудування набуває стратегічної ваги. Така взаємодія сприятиме зменшенню сировинної залежності, підвищенню експортного потенціалу, а також збалансуванню зовнішньої торгівлі через зростання обсягів постачання високотехнологічної продукції.

Раціональне використання переваг міжнародного поділу праці відкриває Україні можливості для вдосконалення виробничих процесів, зниження собівартості продукції, підвищення продуктивності праці і впровадження сучасного обладнання.

Особливо важливою залишається роль:

- українського бізнесу;
- державних органів управління;
- дипломатичних структур, які мають посилити підтримку міжнародної кооперації, особливо з державами ЄС.

Завдання економічної дипломатії України полягає в активному просуванні таких кроків:

- визначення стратегічних цілей;
- відбір оптимальних партнерів;
- вибір пріоритетних секторів;
- використання ефективних інструментів співпраці;
- врахування зовнішніх факторів: ризиків, переваг, рівня привабливості;
- стимулювання за допомогою державної підтримки;
- створення координаційних платформ для системної взаємодії [35].

Під час формування угод щодо спеціалізації та кооперації доцільно зважати на низку аспектів. По-перше, багато партнерств обмежуються короткостроковими поставками без стратегічної перспективи, що знижує їхню ефективність. По-друге, важливе значення має чітка система розподілу

відповідальності, ролей і вигод, що забезпечує довготривалу та стабільну взаємодію.

Німеччина є прикладом держави, яка успішно реалізувала концепцію міжнародної виробничої кооперації, інтегрувавши зовнішньоекономічні поставки у свою систему експорту. На сьогодні близько 48 % усього німецького експорту формується в результаті довгострокової кооперації з іноземними партнерами [36].

Організовуючи участь українських підприємств у міжнародному економічному партнерстві, зокрема в автомобільній галузі, варто орієнтуватися на ключові принципи моделі, впровадженої Німеччиною, а саме:

- аналіз чинників, що визначають структуру кооперації та розподіл обов'язків;
- чітке визначення сфер і напрямів взаємодії, що узгоджуються зі стратегічними інтересами;
- оцінка очікуваних економічних ефектів;
- систематизація і управління потенційними ризиками, які можуть виникнути під час співпраці [35].

В експортній діяльності використання кооперативної моделі дає важливі переваги, зокрема:

1. Об'єднання ресурсів. Кооперативи дозволяють учасникам об'єднувати фінансові, матеріальні та людські ресурси. Це сприяє зниженню витрат на виробництво, транспортування та маркетинг продукції.

2. Збільшення конкурентоспроможності. Завдяки кооперації малі та середні виробники можуть вийти на зовнішні ринки, де зазвичай домінують великі компанії. Спільна діяльність дозволяє пропонувати більші обсяги товарів та стабільні поставки.

3. Покращення умов збуту. Кооперативи мають кращі можливості вести переговори з покупцями щодо цін та умов контрактів. Це забезпечує вигідніші умови для членів кооперативу, зменшуючи ризики залежності від посередників.

4. Доступ до фінансування та програм підтримки. Кооперативні об'єднання легше отримують кредити, гранти та інші форми підтримки з боку держави чи міжнародних організацій, оскільки вважаються надійнішими партнерами.

5. Оптимізація логістики та спільна інфраструктура. Кооперативи можуть спільно інвестувати в склади, логістичні центри, обладнання для переробки продукції, що дозволяє зменшити витрати та підвищити ефективність.

6. Підвищення якості продукції. В рамках кооперативу часто впроваджуються спільні стандарти якості та контролю, що робить товари більш привабливими для закордонних партнерів.

7. Зміцнення позицій на ринку та розширення географії експорту

Кооперативна модель дозволяє ефективно просувати спільний бренд або марку продукції, підвищуючи впізнаваність на міжнародному рівні.

8. Зниження ризиків. Розподіл ризиків між учасниками кооперативу допомагає зменшити вплив коливань ринку, проблем із поставками або несприятливих погодних умов.

На основі проведених досліджень та аналізу інформаційних джерел було здійснено SWOT-аналіз, представлений у вигляді матриці. У ній відображено сильні та слабкі сторони участі українських підприємств у проектах міжнародної виробничої кооперації в автомобільному секторі, а також окреслено можливості й загрози, що можуть виникати під впливом низки об'єктивних і суб'єктивних чинників (табл. 3.1).

Таблиця 3.1.

**SWOT-аналіз щодо участі України у проектах міжнародної виробничої кооперації в автомобільній галузі**

<b>Складова</b>	<b>Фактори</b>
<b>S (Strengths) / Сильні сторони</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Наявність кваліфікованої, відносно недорогої робочої сили</li> <li>- Вигідне географічне розташування (близькість до ринків ЄС)</li> <li>- Досвід виробництва комплектуючих і автокомпонентів (наприклад, дротові джгути для авто)</li> <li>- Розвинена мережа автомобільних комплектуючих заводів, зокрема підприємства з іноземними інвестиціями (наприклад, Leoni, Fujikura, Yazaki)</li> <li>- Пільговий режим для іноземних інвесторів у деяких регіонах</li> </ul>
<b>W (Weaknesses) / Слабкі сторони</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Недостатній розвиток власних брендів та відсутність повного циклу виробництва авто</li> <li>- Низький рівень інвестицій у наукові дослідження та інновації</li> <li>- Нестабільна політична та економічна ситуація</li> <li>- Проблеми з логістикою через військові дії</li> <li>- Відставання в розвитку інфраструктури для електромобілів</li> </ul>
<b>O (Opportunities) / Можливості</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Залучення нових інвесторів через перенесення виробництв з країн Азії ближче до Європи</li> <li>- Розвиток виробництва електромобілів та комплектуючих для них</li> <li>- Участь у глобальних ланцюгах постачань</li> <li>- Можливість поглиблення співпраці з ЄС в рамках Угоди про асоціацію</li> <li>- Створення кластерів з виробництва автокомпонентів та електроніки</li> </ul>
<b>T (Threats) / Загрози</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Посилення конкуренції з боку інших країн Східної Європи</li> <li>- Ризик збройних конфліктів та безпекові загрози</li> <li>- Можливі торговельні бар'єри та санкції</li> <li>- Відтік кваліфікованих кадрів за кордон</li> <li>- Економічна нестабільність, яка стримує залучення довгострокових інвестицій</li> </ul>

За: побудовано автором

Розвиток міжнародного коопераційного промислового співробітництва стикається з рядом проблем і бар'єрів, які можуть суттєво гальмувати або ускладнювати співпрацю між країнами та компаніями. Ось основні з них:

1. Політичні та правові бар'єри:

а) Політична нестабільність в окремих країнах чи регіонах (конфлікти, санкції, зміна урядів).

b) Торгові бар'єри, включаючи мита, квоти та обмеження на імпорту/експорт.

c) Санкційна політика з боку окремих держав або міжнародних організацій.

d) Відмінності в законодавстві щодо інвестування, регулювання діяльності підприємств, охорони праці, екологічних стандартів тощо.

e) Проблеми із захистом прав інтелектуальної власності, що викликає недовіру до передачі технологій.

## 2. Економічні фактори.

a) Економічна нестабільність (інфляція, валютні коливання, економічні кризи).

b) Різний рівень економічного розвитку між країнами, що ускладнює кооперацію на рівних умовах.

c) Фінансові ризики (нестача інвестицій, проблеми з фінансуванням проектів).

d) Висока вартість транспортування і логістичних послуг.

## 3. Технологічні перешкоди.

a) Технологічна нерівномірність між країнами або компаніями, що знижує ефективність співробітництва.

b) Відсутність уніфікованих стандартів і сертифікацій для продукції й технологій.

c) Низький рівень цифровізації і автоматизації на підприємствах деяких країн.

## 4. Культурні та соціальні бар'єри.

a) Культурні відмінності, що впливають на стиль ведення бізнесу, переговорний процес, комунікацію.

b) Мовний бар'єр, що ускладнює обмін інформацією.

c) Низький рівень довіри між партнерами з різних країн.

## 5. Логістичні та інфраструктурні проблеми.

- a) Недостатній розвиток транспортної інфраструктури (шляхи, порти, залізниці).
- b) Проблеми з митним оформленням і затримки на кордонах.
- c) Низький рівень розвитку логістичних сервісів, зокрема в країнах, що розвиваються.

## 6. Екологічні та соціальні виклики.

- a) Підвищені вимоги до екологічних стандартів у розвинених країнах, що може бути складно виконати партнерам з країн, що розвиваються.
- b) Соціальні стандарти (захист прав працівників, боротьба з дитячою працею), які є неоднаковими в різних юрисдикціях.

## 7. Конкуренція і стратегічні інтереси

- a) Конкуренція між країнами та компаніями за доступ до ресурсів, ринків збуту, інвестицій.
- b) Стратегічна закритість деяких галузей (наприклад, оборонна промисловість або високі технології), де країни обмежують доступ іноземних партнерів.

Теоретичні та математичні дослідження можуть допомогти визначити перспективні напрямки підвищення ефективності участі українських автокомпаній у міжнародних коопераційних проєктах. На основі досвіду співпраці з Німеччиною можна сформулювати низку рекомендацій, які доцільно застосовувати для розвитку партнерства з іншими країнами ЄС та Азії:

Уніфікація стандартів якості та екологічних норм. Оскільки німецькі компанії значну увагу приділяють дотриманню міжнародних стандартів (ISO, TUV), українським підприємствам варто адаптувати власні виробничі процеси відповідно до європейських вимог. Це сприятиме спрощенню інтеграції у спільні проєкти з партнерами з ЄС.

Покращення логістичних процесів. Вигідне географічне розташування України відкриває можливості для створення ефективних логістичних маршрутів між Європою та Азією. Математичне моделювання транспортних потоків дозволить зменшити витрати на доставку та посилити конкурентоспроможність продукції.

Інвестиційне співробітництво та розвиток кластерів. За прикладом німецьких промислових кластерів в Україні можна створювати регіональні центри з виробництва автокомплектуючих, що дозволить залучити інвестиції та покращити інфраструктуру.

Трансфер технологій та підготовка персоналу. Важливою складовою кооперації є обмін знаннями та досвідом. Організація стажувань для українських спеціалістів на підприємствах Німеччини дозволить підвищити кваліфікацію кадрів.

Цифрова трансформація та автоматизація виробництва. Впровадження сучасних IT-рішень (ERP, MES) сприятиме покращенню управління виробництвом, підвищенню ефективності процесів та забезпеченню прозорості для міжнародних партнерів.

Гнучкість у договірних формах. Досвід взаємодії з Німеччиною засвідчує важливість застосування різноманітних форм співробітництва, включаючи аутсорсинг, створення спільних підприємств і використання франчайзингу.

Розширення кооперації з іншими країнами. Реалізація зазначених підходів стане основою для розширення міжнародної взаємодії українських автопідприємств та зміцнення їхніх позицій на глобальному ринку.

У рамках державної підтримки українських компаній, які виходять на міжнародний ринок, доцільно активніше використовувати наявні ресурси для посилення участі у виставкових заходах. Це передбачає розробку механізмів фінансування участі у провідних міжнародних виставках за кордоном. Також важливим є посилення ролі держави у створенні мережі закордонних

представництв українських компаній. Доцільним буде і заснування Українсько-німецької торговельної палати, що стимулюватиме розвиток малого та середнього бізнесу.

Ці ініціативи є виправданими, враховуючи значний потенціал економічного зростання України, у той час як низка інших країн вже досягла меж свого розвитку. Спираючись на досвід міжнародних партнерів та подолавши внутрішні бар'єри, українські підприємства, зокрема в автомобільній сфері, здатні досягти суттєвих успіхів на світовому рівні.

Для сприятливого розвитку промислової кооперації Україні слід дотримуватись виваженої зовнішньоекономічної політики, орієнтованої як на східні, так і на західні ринки. При цьому важливо забезпечити стабільний розвиток базових галузей промисловості через задоволення потреб внутрішнього ринку завдяки вітчизняному виробництву та диверсифікацію напрямків співпраці, з особливим фокусом на європейські ініціативи.

Аналіз підходів до державної підтримки автомобільної галузі в інших країнах дозволяє виокремити найбільш ефективні інструменти, серед яких:

- субсидування з боку держави;
- створення спеціальних економічних зон і територій пріоритетного розвитку;
- стимулювання створення нових робочих місць;
- розвиток інфраструктури виробництва;
- підтримка експорту;
- модернізація та запуск нових виробництв;
- інвестиційні програми державної підтримки;
- компенсація витрат на інвестиції;
- пільгові кредити та державні гарантії для забезпечення операційного фінансування.

Послідовність впровадження зазначених заходів відображена на рис. 3.1.

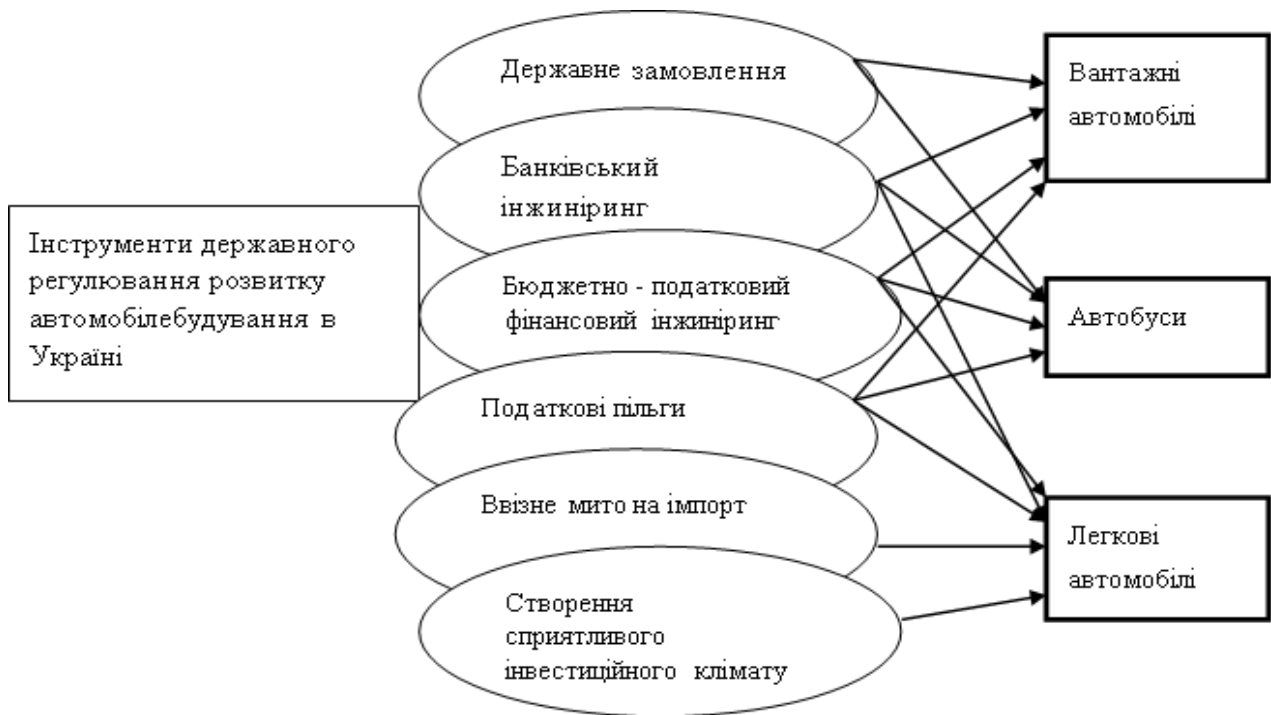


Рис. 3.1. Послідовність застосування інструментів регулювання розвитку галузі автомобілебудування в Україні.

За: побудовано автором

Оскільки державне замовлення спрямоване на захист прав споживачів, його головним завданням є забезпечення населення необхідною продукцією. З огляду на зростаючу конкуренцію та розширення модельного ряду в галузі автомобілебудування, виробники прагнуть покращити якість продукції, знизити її собівартість і налагодити співпрацю з провідними транснаціональними компаніями. На сьогодні державні закупівлі здебільшого орієнтовані на потреби оборонної сфери, аграрного сектору, а також на забезпечення навчальних закладів, зокрема шкіл.

Ініціаторами державних програм виступають Верховна Рада України, місцеві та регіональні органи влади, а їх реалізацію забезпечують автопідприємства незалежно від форми власності. Виконання таких замовлень дає змогу вирішити проблему дефіциту спеціалізованої техніки в державних

структурах і оновити парк застарілої техніки шляхом залучення продукції як державних, так і приватних виробників [17].

Розглянемо, які заходи може використовувати держава для регулювання розвитку автомобільної промисловості (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Заходи, що може використовувати держава для регулювання розвитку  
автомобільної промисловості

Категорія заходів	Конкретні заходи
<b>Економічні заходи</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Податкові пільги для автовиробників і постачальників комплектуючих.</li> <li>- Зниження ПДВ на електромобілі.</li> <li>- Дотації та субсидії на розвиток інноваційних технологій.</li> <li>- Державні замовлення на автомобілі вітчизняного виробництва.</li> </ul>
<b>Адміністративно-правові заходи</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Встановлення екологічних стандартів (норми викидів, Еуро 5/6 тощо).</li> <li>- Сертифікація та стандартизація технічних вимог.</li> <li>- Ліцензування виробництва.</li> <li>- Захист прав інтелектуальної власності.</li> </ul>
<b>Фінансово-кредитні заходи</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Пільгові державні кредити для автовиробників.</li> <li>- Гарантії по банківських кредитах.</li> <li>- Підтримка державних лізингових програм на закупівлю транспорту.</li> </ul>
<b>Інфраструктурні заходи</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Розвиток мережі зарядних станцій для електромобілів.</li> <li>- Створення індустріальних парків та спеціальних економічних зон.</li> <li>- Підтримка логістичної інфраструктури.</li> </ul>
<b>Інвестиційна політика</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Залучення іноземних інвестицій у галузь.</li> <li>- Стимулювання локалізації виробництва.</li> <li>- Розвиток національних виробників автокомплектуючих.</li> </ul>
<b>Соціальні заходи</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Освітні програми для підготовки кадрів у сфері автомобілебудування.</li> <li>- Популяризація екологічного транспорту серед населення.</li> <li>- Стимули для покупців електромобілів (знижки, пільги, безкоштовне паркування).</li> </ul>

За: побудовано автором

У цьому контексті важливо використовувати як прямі, так і непрямі методи державного регулювання. До правових засобів прямої дії належать різноманітні заходи, передбачені Комплексною програмою національних пріоритетів розвитку автомобільної промисловості України, а також стратегіями розвитку окремих автопідприємств і програмами пільгового кредитування.

Адміністративні інструменти включають, зокрема, встановлення квот і механізми зменшення відсоткових ставок за кредитами. Економічний вплив здійснюється опосередковано — через податкову політику, бюджетні механізми та фінансові регулятори.

З метою захисту національних інтересів України на міжнародних ринках, подолання негативних тенденцій в експорті, утримання поточних позицій у зовнішній торгівлі та розвитку міжнародної промислової кооперації, а також для пошуку нових експортних можливостей у рамках пріоритетів співпраці з Європейським Союзом, доцільно:

по-перше, розробити комплекс заходів для скорочення негативного сальдо зовнішньої торгівлі та досягнення більш збалансованого торговельного балансу;

по-друге, впровадити систематичний моніторинг середніх експортних цін і змін обсягів експорту з боку українських економічних і дипломатичних інституцій з метою уникнення втрати фінансових переваг вітчизняними експортерами на користь іноземних імпортерів і зменшення економічних збитків для держави;

по-третє, активізувати залучення українських науковців, експертів у сфері зовнішньоекономічної діяльності та представників економічної дипломатії до процесів поглиблення й розширення міжнародного економічного партнерства.

### **3.2. Обґрунтування підходів до залучення інвестицій у національну автопромисловість шляхом міжнародного співробітництва**

Проблема залучення іноземних інвестицій у національну автомобільну промисловість набуває дедалі більшої актуальності та значущості. Це пов'язано з тим, що в умовах воєнного стану держава не має достатніх внутрішніх фінансових ресурсів для ефективного вирішення численних соціально-економічних завдань і підтримки промислового розвитку на належному рівні. У

такій ситуації іноземні інвестиції стають ключовим елементом інвестиційного потенціалу України.

Розглянемо промислові пріоритети з погляду інвестиційної привабливості (табл. 3.3). На сьогодні автомобільна галузь перебуває в категорії з низьким рівнем привабливості для інвесторів і стикається з інвестиційною кризою. Це проявляється у значному скороченні обсягів капіталовкладень у галузь, а також у переважно сировинній орієнтації її експортних напрямків діяльності.

Таблиця 3.3

Розподіл видів економічної діяльності та галузей промисловості України за комплексною ознакою інвестиційної привабливості

<b>Види економічної діяльності / Галузі промисловості України</b>	<b>Інвестиційна привабливість</b>	<b>Коментарі</b>
Інформаційні технології та телекомунікації	<input type="checkbox"/> Висока	Стале зростання, експортні можливості, високий попит на ІТ-послуги
Агропромисловий комплекс	<input type="checkbox"/> Висока	Високий експортний потенціал, доступ до природних ресурсів
Відновлювана енергетика	<input type="checkbox"/> Висока	Перспективи "зеленої" енергетики, міжнародні інвестиції
Машинобудування (високотехнологічне)	<input type="checkbox"/> Середня	Потреба в модернізації, залежність від імпортних комплектуючих
Харчова промисловість	<input type="checkbox"/> Середня	Внутрішній попит стабільний, потребує розвитку експортних ринків
Транспорт і логістика	<input type="checkbox"/> Середня	Інфраструктурні проблеми, проте високий потенціал зростання
Металургія та видобувна промисловість	Низька	Високі екологічні ризики, потреба в модернізації, залежність від зовнішніх ринків
Будівництво (житлове та комерційне)	Середня	Нестабільний попит, але потенціал в регіонах та у реконструкції
Текстильна та легка промисловість	Низька	Висока конкуренція з імпортом, нестача кадрів, обмежений експорт
Туризм та рекреація	Середня	Потреба в розвитку інфраструктури, залежність від безпеки регіонів
Фармацевтика та біотехнології	Висока	Зростання попиту, перспективи міжнародного співробітництва

Види економічної діяльності / Галузі промисловості України	Інвестиційна привабливість	Коментарі
Фінансовий сектор (банки, страхування)	Середня	Стабілізація ринку, але високі регуляторні вимоги

Складено автором за: [37].

На даний момент основними формами інвестиційного співробітництва в автомобільній галузі є:

1. Спільні підприємства (Joint Ventures)
  - Створення компаній із залученням капіталу від іноземних і місцевих інвесторів.
    - Поділ ризиків, прибутків та доступ до локальних ринків.
2. Прямі іноземні інвестиції (FDI)
  - Вкладання капіталу іноземними компаніями у будівництво заводів, виробничих майданчиків або дослідницьких центрів.
    - Контроль над виробництвом та технологіями залишається за інвестором.
3. Ліцензування та франчайзинг
  - Надання ліцензій місцевим виробникам на виготовлення автотранспорту або комплектуючих за технологіями материнської компанії.
    - Франчайзинг автосалонів або сервісних центрів.
4. Контрактне виробництво (Contract Manufacturing)
  - Замовлення на виробництво автомобілів або деталей локальним компаніям, часто з метою зниження витрат або оптимізації логістики.
5. Технологічне співробітництво та кооперація у сфері НДДКР (R&D)
  - Спільна розробка нових моделей, технологій, зокрема електромобілів, акумуляторів, систем автономного водіння.
    - Кооперація у сфері зеленої енергетики та сталих рішень для автоіндустрії.

6. Аутсорсинг і субпідрядні відносини
  - Передача окремих функцій (виробництво деталей, логістика, ІТ-рішення) стороннім компаніям.
7. Злиття та поглинання (M&A)
  - Купівля часток або повного пакета акцій компаній із метою розширення ринків збуту, технологічної бази або виробничих потужностей.
8. Локалізація виробництва
  - Створення повного циклу виробництва на території приймаючої країни із залученням місцевих постачальників та робочої сили, що часто є умовою державної підтримки.
9. Інвестиції у розвиток інфраструктури електромобілів
  - Створення зарядних станцій, мереж обслуговування та постачання компонентів для електрокарів.

Такі форми співробітництва надають автомобільним компаніям можливість зменшити витрати, розширити присутність на нових ринках, впроваджувати інноваційні рішення та ефективно реагувати на виклики глобальної конкуренції.

Україна володіє значним потенціалом для розвитку партнерських відносин з Європейським Союзом з метою залучення інвестицій у сферу автомобілебудування. Це відкриває доступ до широкого спектру фінансових інструментів, платформ та програм підтримки з боку ЄС. До ключових із них належать:

1. Інструмент передвступної допомоги (ІРА) — основна програма ЄС, що сприяє реалізації реформ через фінансову та технічну допомогу. Поточна версія (ІРА III) передбачає фінансування в обсязі 14,2 млрд євро, з акцентом на стимулювання економічного зростання та підтримку малого і середнього бізнесу (МСП).

2. Програма "Єдиний ринок" — розрахована на 2021–2027 роки з бюджетом у 4,2 млрд євро. Україна приєдналася до програми у 2020 році, підписавши відповідну угоду, яка наразі очікує ратифікації Верховною Радою. Заплановано надання 1 500 грантів українським МСП для налагодження співпраці з європейськими компаніями, а також 430 грантів — молодим підприємцям для обміну досвідом з європейськими колегами.

3. Програми макрофінансової допомоги (МФД) — у 2022 році ЄС надав Україні 11,6 млрд євро у вигляді кредитів і грантів для забезпечення фінансової стабільності. У 2023 році затверджено щомісячну допомогу в обсязі 1,5 млрд євро, що сумарно становить 18 млрд євро. Кошти спрямовані на відновлення економіки, фінансування першочергових потреб та підтримку інтеграції до ЄС.

4. Міжустановча координаційна донорська платформа для України — заснована 26 січня 2023 року, об'єднує представників України, ЄС, країн G7 та провідних міжнародних фінансових установ (ЄІБ, ЄБРР, МВФ, Світовий банк). Її секретаріати функціонують у Брюсселі та Києві.

Пріоритетні напрями державної політики для активізації інвестицій у сферу автомобілебудування включають:

1. Стимулювання виробництва інвестиційної продукції машинобудування, що сприятиме модернізації підприємств, технологічному оновленню та імпортозаміщенню високотехнологічного обладнання. Основні завдання:

- Посилення взаємодії між науковими та конструкторськими установами у сфері автопромисловості.
- Встановлення партнерства між наукою та виробництвом для аналізу ринкового попиту й розміщення замовлень на українських підприємствах.
- Формування міжгалузевих кластерів за участю машинобудівної, металургійної та хімічної галузей.

- Запровадження державних замовлень на виробництво інвестиційного обладнання.
- Технічна модернізація виробничих потужностей та інфраструктури.
- 2. Розбудова системи державної підтримки кадрового забезпечення галузі, що стимулюватиме інвестиції у наукомісткі виробництва і позитивно вплине на суміжні галузі:
  - Впровадження системи моніторингу та прогнозування потреб у кваліфікованих кадрах.
  - Формування державного замовлення на підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації працівників, у тому числі з участю міжнародних експертів.
  - Розвиток інфраструктури людського капіталу: технологічні форуми, венчурні фонди, грантові програми.
  - Розробка законодавчих ініціатив для підтримки безперервного професійного розвитку.
  - Сприяння участі українських виробників у європейських виробничих ланцюгах через створення каталогів продукції та участь у спеціалізованих виставках.
  - Організація інформаційно-консультаційної підтримки підприємств у процесі міжнародної кооперації.

У контексті воєнного та післявоєнного відновлення критично важливим є чітке визначення державних пріоритетів та узгоджений план дій щодо стимулювання інвестицій у галузь. Це має бути відображено в урядових планах на 2024 рік задля досягнення синергетичного ефекту, прискорення реформ та структурних трансформацій економіки.

З огляду на слабку розвиненість міжнародного коопераційного співробітництва на міжрегіональному рівні, доцільно зосередити увагу на таких етапах:

- Визначення стратегічних цілей міжрегіональної кооперації у промисловості.
- Розробка концепції міжрегіональної взаємодії.
- Формування моделей співпраці, орієнтованих на різні сегменти автомобільної промисловості та зовнішні ринки із залученням передового досвіду країн ЄС, зокрема Німеччини.

Очікувані результати залучення іноземних інвестицій у автомобільну галузь:

- Створення нових робочих місць як безпосередньо у виробництві, так і серед постачальників та підрядників.
- Підвищення професійної підготовки персоналу завдяки діяльності спільних підприємств.
- Розширення експорту та впровадження інноваційних технологій у виробничі процеси.
- Залучення іноземної валюти, посилення конкурентоспроможності регіонів та економіки країни в цілому.

## ВИСНОВКИ

1. На сучасному етапі міжнародна виробнича кооперація виступає важливим чинником соціально-економічного розвитку та науково-технічного поступу країн. Вона сприяє інтеграційним процесам на глобальному рівні та дозволяє ефективно реагувати на зростаючу конкуренцію завдяки раціональному використанню виробничих ресурсів. В умовах глобалізації автомобільна промисловість активно залучена до міжнародного співробітництва, яке включає постачання технологічного обладнання, передачу ліцензій, знань і досвіду, а також реалізацію спільних проєктів, створення СП та проведення НДДКР.

2. Для обґрунтованого прийняття рішень щодо участі підприємства в міжнародній кооперації необхідно мати достовірну інформацію та здійснювати коректне порівняння показників у межах одного часового періоду. У фокусі аналізу — конкурентні переваги, рівень взаємодоповнюваності, привабливість ринку та ринкова позиція компанії. Такий підхід дозволяє визначити ефективність участі у зовнішньоекономічних проєктах і виробити шляхи підвищення прибутковості.

3. Світовий досвід демонструє різноманітні моделі виробничої кооперації. Водночас майже кожен автовиробник функціонує в межах розгалуженої мережі постачальників, що забезпечують виготовлення окремих компонентів. У сучасному автомобілебудуванні поширені формати імпортного складання SKD (напівзбірка) і CKD (повна збірка). У першому випадку автомобілі постачаються в розібраному вигляді та збираються на місцевих підприємствах, у другому — імпортуються окремі деталі. Крім складання, зовнішнім партнерам делегуються функції з удосконалення технологій, тестування, закупівлі запчастин, пакування й дистрибуції. Основні автовиробники залишають за

собою функції стратегічного управління: розробку нових моделей, поліпшення дизайну, функціональних характеристик і створення прототипів.

4. В Україні діють підприємства, інтегровані до глобальної виробничої коопераційної системи. Серед лідерів ринку — Leonie Wiring Systems UA GmbH (чистий прибуток — 143,9 млн євро), Fujikura, «Карпати», «Точприлад» і Taiko Electronics UK Limited, які спеціалізуються на виробництві кабельних мереж і електропроводки для легкових автомобілів. Їхня продукція постачається провідним брендам: BMW, Volkswagen, Mercedes, Porsche, Ferrari, Fiat, Audi, Nissan. Основними зовнішніми партнерами українських підприємств залишаються Німеччина та Польща.

5. Аналіз зовнішньоторговельної активності показує, що найбільша частка експорту українських кабельних систем припадає на Німеччину (23%), що зумовлено застосуванням моделі давальницької сировини. Значні обсяги експорту також надходять до Польщі (22%), Румунії (13%) та Чехії (12%). У структурі імпорту провідними партнерами виступають Німеччина (20%), Угорщина (18%) та Чехія (14%). Зростання імпорту пов'язане з активним розвитком національного автомобілебудування. Позитивне сальдо торгівлі свідчить про стабільну динаміку галузі, а високий рівень комплементарності між економіками України й Німеччини (75%) підтверджує перспективність подальшої співпраці.

6. Вплив іноземного капіталу на економіку України неоднозначний. Щоб уникнути потенційних ризиків та забезпечити позитивний ефект від міжнародного співробітництва, необхідно сформувати ефективну інфраструктуру ринку, впровадити дієве регулювання та гарантувати макроекономічну стабільність. Країни, що розвиваються, зокрема Україна, стикаються з підвищеними ризиками фінансової нестабільності, що вимагає комплексних заходів для захисту національних економічних інтересів.

7. Найперспективнішим напрямом розвитку для України є поглиблення співпраці зі світовими виробниками автокомпонентів. Основні конкурентні переваги країни — низька собівартість виробництва, кваліфікована й доступна робоча сила, а також вигідне географічне розташування для експорту в ЄС. Запропонована модель інвестицій передбачає передачу сировини вторинним і третинним постачальникам, у той час як готову продукцію формує первинний постачальник для реалізації на ринках Європи та Азії. Розширення локального виробництва автозапчастин є найефективнішою формою коопераційної взаємодії.

8. Для ефективного регулювання інвестиційної діяльності необхідна системна державна політика, що охоплює всі етапи взаємодії учасників інвестиційного процесу. Тимчасовий ефект можна досягти за рахунок підтримки внутрішнього попиту, але довгострокове зростання пов'язане з розширенням ринків збуту. Автомобільна промисловість України нині характеризується низькою інвестиційною привабливістю через відтік капіталу у сировинні галузі. Для повноцінної інтеграції до ринку ЄС необхідно досягти взаємного визнання сертифікаційної документації, усунути технічні бар'єри, модернізувати виробництво, посилити експортну конкурентоспроможність та сприяти впровадженню інновацій у промисловий сектор.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Економічна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://enbv.ua/text/Econom/encyclo/str/E-416.html>.
3. Богів В.А. Європейський досвід реалізації програм міжнародної виробничої кооперації / В. А. Богів // Вісник Української Академії державного управління при Президентові України. – 2014. – № 3. – С. 32-42.
4. Макаров А. В. Формування програм розвитку виробничої кооперації регіону / А.В. Макаров, В.А. Трапезніков // Економіка регіону. – 2018. – №3. – С. 175-183.
5. Європейська економічна комісія Організації Об'єднаних Націй (ЄЕК ООН) [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.unesc.org>.
6. Американська торговельна палата в Україні. Огляд економіки України 2021-2022. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://chamber.ua/Content/Documents/1967141510Country\\_Profile\\_2019\\_2022\\_UA.pdf](http://chamber.ua/Content/Documents/1967141510Country_Profile_2019_2022_UA.pdf).
7. Микитюк О. П. Кооперування підприємств як засіб їх конкурентоспроможності / О. П. Микитюк // Теоретичні та прикладні питання економіки : зб. наук. праць. Вип. 25 – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2019. – С. 151-155.
8. Курченко Ю. А. Міжнародна кооперація та локалізація виробництва: навч. посібник. – К: КПІ, 2021. – 140 с.
9. Фліссак К. Міжнародна кооперація як ефективна форма сучасного економічного співробітництва / К. Фліссак. // Журнал європейської економіки. – 2019. – №5. – С. 138-142.

10. Навчальний контент: Міжнародні економічні відносини: підручник / за ред. А.П. Голікова, О.А. Довгаль. – Х.:ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2015. – 464 с.
11. Войнович І. І. Система регулювання промислової кооперації / І. І. Войнович. – К.: НІУРВ, 2021. – С. 3-14.
12. Залознова Ю. С. Українська промисловість: сучасні виклики та проблеми розвитку / Ю. С. Залознова // Економіка України. – 2018. – № 5. – С. 24-33.
13. Лещинський В.П. Розвиток сучасних технологій в реальному секторі економіки на прикладі виробничої сфери: закордонний досвід / В.П. Лещинський // Комунальне господарство. – 2019. – №14. – С. 22-26.
14. Макогін З.Я. Науково-технічне співробітництво України на засадах стратегічного партнерства : Монографія / З.Я. Макогін. – Львів: Растр, 2020. – 212 с.
15. Гребельник О. М. Твір наукового характеру «Робоча програма з науки «Стратегічне управління» / А.П. Наливайко, О.В. Востряков, О.М. Гребельник, Є. В. Прохорова. – Свідectво про реєстрацію авторського права на твір № 46719 від 11.12.2021.
16. Кемпбелл Е. Стратегічний синергізм / Е. Кемпбелл, К. Саммерс. – К.: Генеза, 2014. – 416 с.
17. Андрійченко О. В. Аналіз форм та методів державного регулювання у сфері автомобілебудування /О.В. Андрійченко// Науковий вісник Академії муніципального управління / [за заг. ред. В.К. Присяжнюка, В.Д. Бакуменка]. – К.: Видавничо-поліграфічний центр АМУ, 2018. – С. 99-107.
18. Carlucci L. A Note on the Ordinal Analysis of  $\mathbf{RCA}$  // Conference on Computability in Europe. Springer, Cham, 2019. – P. 144-155.
19. Прокіп В.Ф. Зовнішньоекономічна діяльність / В.Ф. Прокіп. – Тернопіль: Астон, 2022. – 320 с

20. Balassa B. Trade Liberalisation and Revealed Comparative Advantage / B. Balassa // The Manchester School of Economic and Social Studies. – 1965. – № 33. – pp. 99-123.

21. Ковалів В.В. Фінансовий аналіз: методи і процедури / В.В. Ковалів. - К.: КНЕУ, 2022. – 560 с.

22. Kutschker, Michael/Schmid, Stefan (2018): Internationales Management. 6th revised and updated edition, Oldenbourg, Munich, Vienna, 2018. – 58 p.

23. Ладуба Т. Ю. Інтернаціоналізація автомобільної промисловості в умовах зростання національних економік / Т. Ю. Ладуба // Міжнародна економічна політика. – 2020. – № 1-2 (12-13). – С. 184-209 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ierjournal.com/journals/12-13/2020\\_8\\_Laduba.pdf](http://ierjournal.com/journals/12-13/2020_8_Laduba.pdf)

24. The Automobile Industry Pocket Guide, 2018-2023 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://www.acea.be/uploads/publications/ACEA\\_Pocket\\_Guide\\_2018-2023.pdf](https://www.acea.be/uploads/publications/ACEA_Pocket_Guide_2018-2023.pdf).

25. Cooney S. Automotive Industry: Policy Overview and Recent History // CRS Report for Congress, (Order Code RL32883), Congressional Research Service, The Library of Congress, April 25. – 2005. – 106 p.

26. ECLAC (Economic Commission for Latin America and the Caribbean) (2022), Foreign Investment in Latin America and the Caribbean, (LC/G.2226-P), Santiago, Chile, May, 2022. United Nations publication, Sales No. E.04.II.G.54. – 142 p.

27. Рой Л. В. В світі бізнесу. Історія злиттів і поглинань американських компаній [Текст]. / Л. В. Рой // США - Канада. Економіка, політика, культура. – 2016. – № 2. – С. 104-118.

28. ТЗОВ «ЛЕОНІ Ваерінг Системс УА ГмбХ» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.leoni-ukraine.com/uk/leoni-v-ukrajini/zagalna-informacija>.

29. Fujikura Automotive Europe [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fujikura-automotive.com>.
30. Статистична інформація Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
31. Бодрова Н. Е. Аналіз світових тенденцій розвитку автомобільної промисловості / Н. Е. Бодрова, К. П. Булатов // Бізнес Інформ. – 2022. – № 1. – С. 78-83.
32. Індекс інвестиційної привабливості України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://eba.com.ua/Invest\\_UKR\\_1\\_half\\_2021.pdf](https://eba.com.ua/Invest_UKR_1_half_2021.pdf)
33. Мірко Н. В. Оцінка стану та тенденцій розвитку внутрішнього ринку продукції легкої промисловості / Н. В. Мірко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=345>
34. Фліссак К. Міжнародна кооперація як ефективна форма сучасного економічного співробітництва / К. Фліссак. // Журнал європейської економіки. – 2019. – №5. – С. 138-142.
35. Lissak K. A. Formation of cooperation model of development of bilateral economic relations between Ukraine and Germany: Monografia. – Ternopil: Novyj Kolir, 2019. – 288 p.
36. Außenhandel. Zusammenfassende Übersichten für den Außenhandel. Fachserie 7 Reihe 1. August 2015. Statistische Bundesamt; Wiesbaden. – 2023. – 97 s.
37. Долішній М.І. Нові підходи до територіального управління / М.І. Долішній // Урядовий кур'єр. – 2002. – 26.02. 4. Соколенко С.І. Кластери в глобальній економіці / Соколенко С.І. – К. : Логос, 2004. – 848 с.
38. Ковпак Є. С. Механізм державної підтримки автомобілебудування в Україні / Є. С. Ковпак // Проблеми економіки. – 2022. – №3. – С. 22-27.
39. Концепція створення кластерів в Україні / Міністерство економіки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/printable\\_article?art\\_id=121164](http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=121164).

40. Кончин В. Категорія виявленої порівняльної переваги та оцінка перспектив України на Євrorинку // Журнал європейської економіки. – 2003. – №1. – С. 135–147.

41. Коць І. І. Двопозиційна типологія толінгових операцій на підприємствах / І. І. Коць // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2021. – С. 227-232.

42. Кузьмін О. Є. Планування, організування та мотивування зовнішньоекономічної діяльності / О. Є. Кузьмін, А. О. Босак, Р. З. Дарміць // Львів : Видавництво Національного університету "Львівська політехніка". – 2019.

43. Кундеус О.М. Інвестиційне забезпечення діяльності підприємств на інноваційній основі / О.М. Кундеус // Інноваційна економіка. – 2017. – №4. – С. 148-155.

44. Новицький В. Є. Міжнародна економічна діяльність України / В. Є. Новицький. – К. : КНЕУ, 2013. – 948 с.

45. Омельченко А. В. Визначення основних напрямків розвитку автомобільного транспорту на довгострокову перспективу / А. В. Омельченко // Вісник Національного транспортного університету. – 2018. – № 17, Ч. 1. – С. 71 – 73.

46. Офіційний сайт «Європейської Бізнес Асоціації України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://eba.com.ua/>.

47. Офіційний сайт Fujikura [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fujikura.su/>.

48. Офіційний сайт Leoni [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.leoni-ukraine.com/uk/>.

49. Gritton P. (2023). Toyota: surviving and thriving through supplier partnerships // Global Automotive Conference (Bowling Green, Kentucky, 8 April), Western Kentucky University.

50. Gründer Zeiten Nr. 11, aktualisierte Ausgabe 03/2019. – Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie. – 4 s.

51. Hunter Y. Global Automotive Market 2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://globalautomotivemarket.com>.

52. Huster, Jurgен (2021). Vietnam senkt Ziele und Steuern für Einfuhren von Personenkraftwagen. Bundesagentur für Außenwirtschaft, Cologne, 2021.

53. Italy to Offer Up to 5000 euros in Green Car Incentives [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.autoevolution.com/news/italy-to-offer-up-to-5000-euros-in-green-car-incentives3972.html>

54. Just-auto.com (2023) «USA: revised Ford deals clobber Visteon in fourth quarter - report», 23 January. Just-auto.com (2023), «Japan: Denso hikes profit forecast», 3 February.