

Центральноукраїнський національний технічний університет
ЦЗДО
Кафедра «Міжнародних економічних відносин»

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

_____ Іван МИЦЕНКО
« ____ » _____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
за другим (магістерським) рівнем вищої
освіти
на тему:
«Перспективи участі вітчизняних підприємств у проектах
міжнародної виробничої кооперації (на прикладі автомобільної
галузі)»

Виконав здобувачка вищої освіти
2 курсу, групи МЕВ-22мз(1,4)
ОПП «Міжнародні економічні
відносини»
спеціальності 292 «Міжнародні
економічні відносини»

_____ Трач В.Р.
« ____ » _____ 2024 р.

Керівник роботи
к.е.н., доцент
_____ Микола СУХОМЛИН
« ____ » _____ 2024 р.

Рецензент _____

м. Кропивницький

Центральноукраїнський національний технічний університет

Факультет ЦЗДО

Кафедра Міжнародних економічних відносин

Рівень вищої освіти Магістр

Галузь знань 29 «Міжнародні відносини»

Спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»

Освітньо-професійна програма «Міжнародні економічні відносини»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Іван МИЦЕНКО

«____» _____ 2023 року

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

Трача Віктора Романовича

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи

Перспективи участі вітчизняних підприємств у проектах міжнародної виробничої кооперації (на прикладі автомобільної галузі)

2. Керівник роботи

Сухомлин Микола Олексійович к.е.н., доцент

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

3. Строк подання роботи до захисту _____

4. Мета та завдання кваліфікаційної роботи Метою дослідження є системний аналіз ефективності участі вітчизняних підприємств автомобільної промисловості у міжнародній виробничій кооперації та розробка на цій основі пропозицій щодо активізації участі українських компаній у цих процесах.

Завдання: - узагальнити чинники та напрями розвитку міжнародної виробничої кооперації у світовій економіці; - проаналізувати методики оцінки ефективності і моделі участі вітчизняних підприємств у міжнародній виробничій кооперації; - здійснити аналіз ефективності українсько-німецького співробітництва в автомобільній промисловості; - обґрунтувати напрями розширення участі українських підприємств автомобільної промисловості у проектах міжнародної виробничої кооперації; - обґрунтовано моделі залучення інвестицій у вітчизняну автомобільну промисловість на засадах міжнародної кооперації.

5. Консультанти по роботі, із зазначенням розділів роботи

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 1	доц. Сухомлин М.О.		
Розділ 2	доц. Сухомлин М.О.		
Розділ 3	доц. Сухомлин М.О.		

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір теми і об'єкта дослідження		
2	Розробка завдання на випускню кваліфікаційну роботу, складання календарного плану його виконання		
3	Опрацювання навчальної та наукової літератури і складання плану роботи		
4	Проведення наукових досліджень, обробка фактичного матеріалу		
5	Написання тексту 1-го розділу роботи та подання його на рецензування керівникові		
6	Написання тексту 2-го розділу роботи та подання його на рецензування керівникові		
7	Написання тексту 3-го розділу роботи та подання його на рецензування керівникові		
8	Усунення недоліків, написання остаточного варіанта тексту, оформлення випускної кваліфікаційної роботи		
9	Отримання відгуку наукового керівника		
10	Перевірка на плагіат		
11	Зовнішнє рецензування роботи		
12	Захист випускної кваліфікаційної роботи на засіданні екзаменаційної комісії		

Дата видачі завдання

« ____ » _____ 2023 року

Підпис керівника

_____ (прізвище та ініціали)

Завдання прийнято до виконання

« ____ » _____ 2023 року

Підпис здобувача

АНОТАЦІЯ

Перспективи участі вітчизняних підприємств у проектах міжнародної виробничої кооперації (на прикладі автомобільної галузі). – Рукопис.

Кваліфікаційна робота на здобуття вищої освіти ступеня “магістр” за освітньо-професійною програмою «Міжнародні економічні відносини» зі спеціальності «Міжнародні економічні відносини» – Центральноукраїнський національний технічний університет. – Кропивницький. – 2024.

У кваліфікаційній роботі аналізуються проблеми підвищення ефективності участі вітчизняних підприємств у процесах міжнародної виробничої кооперації в автомобільній промисловості. На основі проведеного аналізу визначено специфіку сучасних виробничих коопераційних зв'язків в українській автомобільній промисловості. Виявлено особливості, тенденції та проблеми вітчизняного виробництва, експорту та імпорту автомобільної продукції (автомобільної електричної проводки) у міжнародних коопераційних проектах. У роботі вивчено моделі кооперації та досвід інших країн у проектах міжнародної виробничої кооперації, узагальнено методи оптимізації в умовах високої конкуренції та інтенсивної глобалізації. У результаті дослідження встановлено економічні засади підвищення ефективності діяльності вітчизняних підприємств у контексті міжнародної кооперації. Запропоновано організаційно-економічні заходи щодо підвищення конкурентоспроможності підприємств автомобільної промисловості та рекомендації щодо підвищення їх інвестиційної привабливості.

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

ANNOTATION

Prospects for the Participation of Domestic Enterprises in International Production Cooperation Projects (on the Example of the Automobile Industry). – Manuskript.

Qualifying work on obtaining a higher education degree "Master" in the educational-professional program "International Economic Relations" in the specialty "International Economic Relations". – Central Ukrainian National Technical University. - Kropyvnytskyi. - 2023 .

The qualification work analyzes the problems of increasing the efficiency of the participation of domestic enterprises in the processes of international production cooperation in the automotive industry. On the basis of the conducted analysis, the specifics of modern production cooperative relations in the Ukrainian automobile industry have been determined. Peculiarities, trends and problems of domestic production, export and import of automotive products (automotive electrical wiring) in international cooperation projects have been identified. The paper examines the models of cooperation and the experience of other countries in international production cooperation projects, summarizes methods of optimization in conditions of high competition and intensive globalization. As a result of the study, the economic principles of increasing the efficiency of domestic enterprises in the context of international cooperation were established. Organizational and economic measures to increase the competitiveness of automobile industry enterprises and recommendations to increase their investment attractiveness are proposed.

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

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ I ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ВИРОБНИЧОЇ КООПЕРАЦІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	10
1.1. Сучасні моделі розвитку процесів міжнародної виробничої кооперації.....	10
1.2. Фактори та інструменти оцінювання ефективності участі підприємств автомобільної галузі у міжнародних коопераційних зв'язках.....	20
1.3. Зарубіжний досвід формування міжнародної виробничої кооперації в автомобільній промисловості.....	27
Висновки до розділу.....	
РОЗДІЛ II ЕФЕКТИВНІСТЬ УЧАСТІ АВТОМОБІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ У МІЖНАРОДНІЙ ВИРОБНИЧІЙ КООПЕРАЦІЇ.....	37
2.1. Сучасні особливості та моделі участі українських підприємств у міжнародних коопераційних зв'язках.....	37
2.2. Аналізування ефективності коопераційних зв'язків в галузі автомобілебудування між Україною та Німеччиною.....	48
2.3. Емпіричне оцінювання впливу інвестиційного співробітництва на розвиток міжнародного кооперування в автомобільній промисловості.....	58
Висновки до розділу.....	68
РОЗДІЛ III МЕХАНІЗМИ ПОСИЛЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УЧАСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ АВТОМОБІЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ У ПРОЦЕСАХ МІЖНАРОДНОЇ ВИРОБНИЧОЇ КООПЕРАЦІЇ.....	70
3.1. Стратегічні напрями активізації участі українських підприємств у міжнародній виробничій кооперації.....	70
3.2. Обґрунтування моделі залучення інвестицій у вітчизняну автомобільну промисловість на засадах міжнародної кооперації....	80
Висновки до розділу.....	87
ВИСНОВКИ.....	90
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	94
ДОДАТКИ.....	107

ВСТУП

Актуальність дослідження. У сучасних умовах глобалізації, що характеризуються зростаючою конкуренцією, міжнародне співробітництво у виробничій сфері є одним із найважливіших елементів стабільності та розвитку національної економіки. У багатьох країнах виробнича кооперація вже відіграє важливу роль у моделі соціально-економічного розвитку. Це пов'язано з тим, що вона сприяє розв'язанню важливих економічних проблем як на мікро-, так і на макрорівні за рахунок ефективнішого використання обмежених ресурсів, технологічних інновацій та підвищення мотивації учасників. Виробнича кооперація полегшує вихід виробників на світову арену, чинить позитивний вплив на структуру внутрішнього ринку і робить істотний внесок у розвиток зовнішніх ринків.

Науково-технічна революція розгортається з кожним днем і дедалі більше змінює світову економічну систему: чинники економічного зростання, що були важливими у XX столітті, поступово відходять на другий план і замінюються новими критеріями, такими як інновації, креативність, гнучкість і динамізм. Сучасна глобальна економіка характеризується міжнародним співробітництвом ринків, інформатизацією суспільства та значною диференціацією попиту, що призводить до пошуку нових підходів до спеціалізації та кооперації виробництва. Однак тісна взаємозалежність вітчизняного виробництва з іншими країнами дуже небезпечна, і втрата партнерських і мирних зв'язків може становити серйозну загрозу для вітчизняної економіки. Наприклад, ускладнення політичних відносин і війна росії проти України призвели до вимушеного скорочення українського експорту і дестабілізації виробництва. Тому існує необхідність вивчення необхідності та ефективності участі української промисловості в міжнародному співробітництві.

Проблеми побудови міжнародних коопераційних зв'язків вивчалися у працях вітчизняних і зарубіжних учених. У наукових роботах 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, Б. Бахманна, Г. Маті, Е. Герта та інших проаналізовано галузеві та регіональні аспекти формування сучасних моделей міжнародної виробничої кооперації в умовах глобальної економіки. Проте проблеми ефективності міжнародної кооперації в автомобільній промисловості не знайшли належного відображення у працях вітчизняних та зарубіжних науковців. Отже, новизна даного дослідження полягає в тому, що в ньому розглянуто різноманітний досвід міжнародної виробничої кооперації в галузі машинобудування. Висвітлюються тенденції розвитку цього сектора економіки та аналізуються особливості регулювання цього виду діяльності.

Мета та завдання дослідження. Метою дослідження є системний аналіз ефективності участі вітчизняних підприємств автомобільної промисловості у міжнародній виробничій кооперації та розробка на цій основі пропозицій щодо активізації участі українських компаній у цих процесах.

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

- узагальнити чинники та напрями розвитку міжнародної виробничої кооперації у світовій економіці;
- проаналізувати методики оцінки ефективності і моделі участі вітчизняних підприємств у міжнародній виробничій кооперації;
- здійснити аналіз ефективності українсько-німецького співробітництва в автомобільній промисловості;
- обґрунтувати напрями розширення участі українських підприємств автомобільної промисловості у проектах міжнародної виробничої кооперації;
- обґрунтовано моделі залучення інвестицій у вітчизняну автомобільну промисловість на засадах міжнародної кооперації.

Об'єктом дослідження є вітчизняні підприємства автомобільної промисловості як частина система міжнародної виробничої кооперації.

Предметом дослідження є ефективність участі вітчизняних підприємств у процесах виробничої кооперації.

Методологічною основою дослідження є низка методів, таких як аналіз і синтез досліджуваної інформації, методи дедуктивного та індуктивного аналізу вихідних даних. Крім того, застосовано системний підхід до вивчення та обробки інформації. У цьому дослідженні використовувалися також такі наукові методи, як статистичний, порівняльний, історичний і логічний.

У першій частині проведено теоретичне дослідження чинників і напрямів розвитку виробничої кооперації у світовій економіці та зроблено висновки на основі думок різних учених щодо цього питання. У другій частині проведено емпіричне дослідження щодо оцінки ефективності участі вітчизняних підприємств у міжнародній кооперації на прикладі співробітництва України та Німеччини в автомобільній промисловості. У третій частині запропоновано рекомендації щодо підвищення ефективності участі українських автомобільних компаній у проєктах міжнародної виробничої кооперації.

Інформаційною базою дослідження є періодичні видання, підручники, навчальні посібники, інформаційно-аналітичні матеріали Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, статистична база даних Національного статистичного комітету України, дані Всесвітньої торгової організації, Світового банку та міжнародної фінансової статистики.

Структура кваліфікаційної роботи побудована відповідно до логіки дослідження і складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку літератури з 120 найменувань, 13 додатків (13 сторінок), 24 рисунків, 12 таблиць і 14 рівнянь. Загальна кількість сторінок – 113, з них 91 – текст (без урахування посилань і додатків).

РОЗДІЛ І ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ТА ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОЇ ВИРОБНИЧОЇ КООПЕРАЦІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

1.1. Сучасні моделі розвитку процесів міжнародної виробничої кооперації

У сучасних умовах міжнародна виробнича кооперація – це ефективний інструмент, який дає змогу підвищити ефективність виробництва певних товарів завдяки взаємовигідному співробітництву, об'єднанню спільних зусиль і цілей, що призводить до ефективнішого використання обмежених ресурсів, економії часу та розвитку інновацій. Сьогодні становище однієї країни визначає те, як вона взаємодіє з іншими країнами: у ХХ столітті економічний простір складався з окремих національних економік, поділених на великі та малі країни, впливові та залежні країни, країни, що розвиваються. На той час вважалося, що кожна країна розвивається незалежно і самостійно визначає своє становище у світовій економіці. Однак у цей час з'явилися нові гравці, які опанували організаційні та виробничі інновації й бізнес-процеси та прагнули використовувати їх у глобальному масштабі. Стали формуватися складні інтегровані та кооперативні структури, що включають усі види діяльності з виробництва товарів і послуг.

Щодо питання міжнародної виробничої кооперації, то їх розглядали у свої працях такі дослідники, 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. Гесць, О. Дінега, В. Зіновчук, Р. Коуз, М. Левицький, О. Мельник, О. Павленко, Д. Лук'яненко, М. Т.-Барановський та багато інших. Проте досі не існує єдиного підходу до визначення його природи, чинників впливу, вимірювання та розвитку.

Як зазначають В. Яремко та О. Сліпушко [58], термін "кооперація" походить від латинського слова "cooperatio", що означає співробітництво,

"особливу форму організації праці, за якої багато людей беруть спільну участь в одному процесі або в різних, але взаємопов'язаних трудових процесах", Вона описується як "співпраця, об'єднання, кооперація, взаємодія". Інше визначення кооперації - "добровільна форма об'єднання фізичних і юридичних осіб для колективної виробничої, підприємницької, торговельної та споживчої діяльності, що ґрунтується на демократичному управлінні та поєднанні особистих і суспільних інтересів" [23].

У своєму науковому дослідженні Білоус Ю.М. [7] пояснює, що виробнича (промислова) кооперація – це добровільне співробітництво юридично та економічно самостійних підприємств з виробництва та реалізації продукції і послуг з метою підвищення конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів та ефективності їх діяльності.

На думку Макарова А.В. і Трапезникова В.А. [45], виробнича кооперація – це економічні відносини і діяльність, спрямовані на взаємодію промислових підприємств з іншими організаціями з питань, що виникають під час виробництва конкретних товарів (продукції або послуг). Вони розглядають це поняття з двох точок зору. Вони розглядають його у двох аспектах: як формальний механізм, що діє через систему повної або часткової власності підприємств, або як неформальний механізм, що ґрунтується на залежності від ресурсів, необхідних для виробничої діяльності.

У глосарії Європейської економічної комісії ООН (ЄЕК ООН) [24] промислову кооперацію визначено як "відносини між не пов'язаними між собою підприємствами в різних країнах, що ґрунтуються на спільних довгострокових інтересах".

У своїй колективній монографії Г.І. Башнянин, О.І. Ковтун, П.Я. Лазур, О.В. Хом'як і Т.П. Яхно стверджують, що міжнародна виробнича кооперація – це результат взаємодії різних національностей у площині поділу праці на основі предметної спеціалізації. Вона спрямована на застосування

міжнародного поділу праці при збереженні автономності виробничих процесів у межах національних кордонів [1]. Теорія міжнародного поділу праці сягає своїм корінням класичної політекономії, зокрема праць її основоположників Адама Сміта і Давида Рікардо. Їхнім головним досягненням стала теорія порівняльних переваг. Ця теорія наголошує на тому, що витрати на виробництво одного й того самого продукту в різних країнах різняться залежно від таких чинників, як місце розташування, клімат, ресурси та становище на світовій арені. Тому засновники стверджують, що не обов'язково концентруватися на всіх товарах, які користуються попитом, а лише на тих, які мають найнижчі витрати виробництва. Така спеціалізація дає змогу країні експортувати продукцію за нижчою ціною, ніж інші країни, та імпортувати товари, вироблені в одній країні, вартість яких перевищує міжнародний рівень. Ідея порівняльних переваг отримала подальший розвиток у сучасній теорії міжнародної торгівлі.

Швидкий технологічний розвиток, обмеженість ресурсів, постійно зростаючий попит, глобалізація ринку та високий рівень міжнародної конкуренції змушують компанії та економіку загалом шукати нові можливості для економічного зростання. Одним із способів розв'язання цієї проблеми є міжнародна виробнича кооперація, яка дає змогу мінімізувати витрати при досягненні високих результатів за рахунок співпраці, раціональної спеціалізації та обміну інноваційними рішеннями.

На думку О. П. Микитюка, кооперація у своєму розвитку пройшла різні етапи становлення – від найпростіших спонтанних форм співробітництва в первісних суспільствах до значно складніших форм міжрегіонального й міжнародного співробітництва в сучасних технологічних суспільствах [48, с. 35].

Залежно від галузі виробнича кооперація може спеціалізуватися на виробництві однорідної продукції, напівфабрикатів, комплектуючих та інших виробів виробничого призначення, які технічно взаємопов'язані та необхідні

для виробництва кінцевого продукту. Таким чином, вона являє собою форму стабільних відносин між незалежними суб'єктами на договірних засадах, у рамках яких вони спільно виробляють продукцію відповідно до своєї спеціалізації. В автомобільній промисловості, наприклад, співпраця набуває форми постачання деталей, вузлів і заготовок для кінцевої продукції на головний завод. Доцільність міжнародної кооперації пояснюється такими причинами:

- посилення конкуренції на міжнародному ринку у зв'язку зі зростанням числа підприємств;
- обмеженість економічних ресурсів (у тому числі природних, фінансових, технологічних, матеріальних і трудових);
- нерівномірний розвиток країн у соціальній та економічній сферах;
- безперервний науково-технічний розвиток, а це сприяє появі все нових інновацій у галузі транспорту, зв'язку, інформації тощо;
- формування потужних кооперативних об'єднань, що володіють значними фінансовими, виробничими та інноваційними науково-технічними ресурсами, зберігають довіру споживачів до своєї продукції протягом тривалого часу і мають добру репутацію;
- спеціалізація господарюючих суб'єктів, поділ праці та регіональна концентрація виробничих, фінансових і трудових ресурсів, що визначає також значні перспективи розвитку міжнародної кооперації та інтеграції.

Круганов А.Ю. робить висновок про те, що міжнародна виробнича кооперація – це безпосередній зв'язок у повсякденній взаємодії робочої сили юридичних осіб різних країн в одному й тому самому або різних, але пов'язаних між собою виробничих процесах. Міжнародна кооперація є основою міжнародного поділу праці, який історично формував розподіл виробничого потенціалу в країнах, що розвиваються, як через індивідуальну спеціалізацію, або поділ, виробництва, так і через інтеграцію сил [40].

У результаті швидкого розвитку виробництва, науки і техніки, постійних змін попиту міжнародна виробнича кооперація стала однією з найважливіших форм зовнішньоекономічної діяльності, яка формує свої методи, форми та особливості. Основними рисами міжнародної виробничої кооперації є:

- 1) довгострокові, стабільні та контрольовані партнерські відносини;
- 2) наявність спільних виробничих програм, заснованих на застосуванні єдиних технічних і якісних стандартів, узгодженні обсягів виробництва, масштабів і ритмів поставок
- 3) тісне переплетення з іншими формами зовнішньоекономічної діяльності, насамперед із зовнішньою торгівлею та міжнародним інвестиційним співробітництвом.

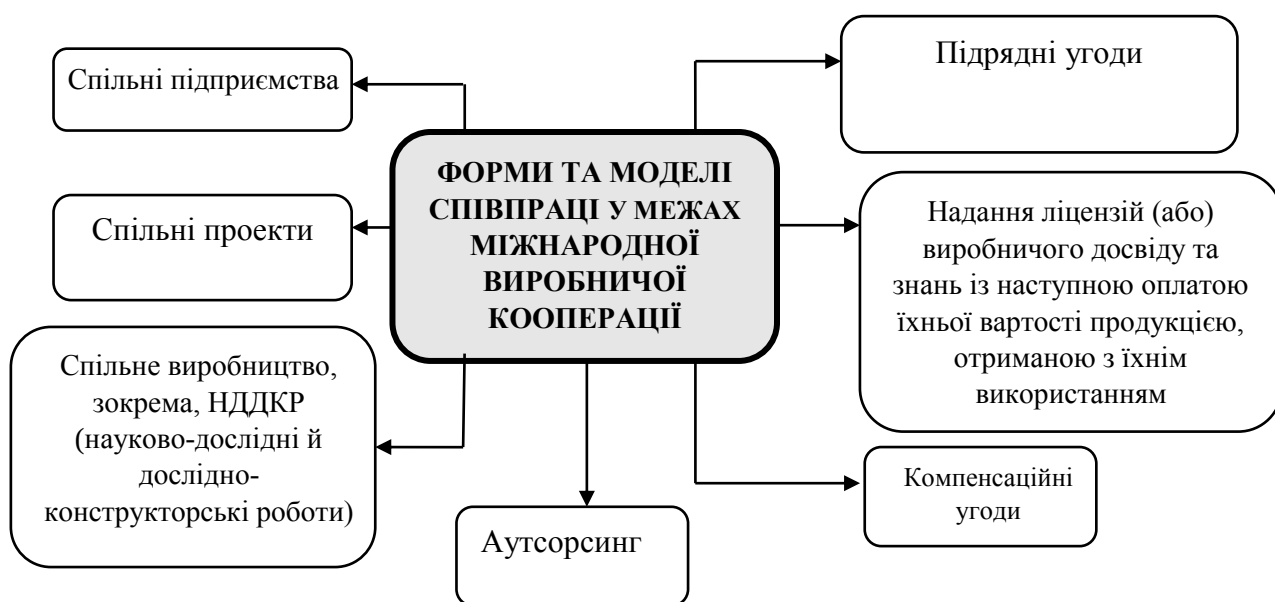


Рис. 1.1. Головні форми та моделі промислового співробітництва у межах міжнародної виробничої кооперації

За: [78, с. 39].

У концепції ЄЕК ООН визначено основні форми виробничої кооперації між міжнародними кооперативами (рис. 1.1). Ці форми використовуються

залежно від цілей, інтересів і можливостей партнерів, а також особливостей галузі, в якій вони працюють.

У своїй роботі "Міжнародна кооперація як ефективна форма сучасного економічного співробітництва" К. Фліссак описує особливу форму виробничої кооперації – компенсаційний контракт як постачання устаткування на підприємство, що входить до складу кооперативу, з оплатою його вартості виробленою на його основі продукцією або видобутою сировиною. Крім постачання різних комплектуючих, компенсаційні контракти також містять низку послуг, які надає постачальник. Це навчання персоналу, складання планів робіт, допомога у впровадженні обладнання у виробничий процес, обмін технічною документацією, спільні дослідження для оптимізації технічної допомоги та спільні маркетингові кампанії. Для міжнародної виробничої кооперації сприятливо, коли укладається угода про продовження співробітництва після початкового періоду, і постачальник може прийняти частину оплати у вигляді продукції або сировини, оскільки він бере участь у розробці цієї продукції та впевнений у її якості, постачанні та ціні. Так і відбувається [78, с 18].

Наступною формою виробничої кооперації є надання ліцензій, виробничого досвіду і знань за винагороду. Однак це не передбачає створення довгострокових промислових партнерств, а діє у випадку спільного виробництва. О.П. Голікова та О.О. Довгаль характеризують його як найпростіший. Довгаль характеризують його як найпростішу форму договору, за якої контрагент зобов'язується виконувати певні завдання відповідно до замовлень партнера по кооперації. Ця форма співробітництва характеризується тим, що контракти такого типу є короткостроковими і потребують щорічного продовження. Підрядні відносини є перехідним етапом до складніших форм співпраці, таких як спільне виробництво [52, с. 40].

На відміну від контрактної моделі, аутсорсинг дає змогу учасникам МКБ співпрацювати не тільки на виробничому напрямі, концентруючись на виробничому процесі, а й на підтримці бізнесу загалом. Такий тип співпраці дає змогу розділити виробничі та невиробничі функції і передати їх стороннім організаціям, тим самим зосередивши більше уваги на важливих аспектах виробництва (рис. 1.2). Наприклад, набором співробітників (людські ресурси) і логістикою для всіх учасників виробничої кооперації може займатися одна компанія в усіх країнах-учасницях, що дає змогу заощадити час і зосередитися на виробничих питаннях та ідеях.



Рис. 1.2. Види міжнародного аутсорсингу

За: [15]

Спільне виробництво передбачає обмін матеріалами, необхідними для виробництва, і подальше складання готового продукту однією або обома компаніями-партнерами. Для того щоб спільне виробництво було успішним, необхідно розв'язати проблеми стандартизації та типізації окремих

компонентів, вузлів і готової продукції. Така форма співпраці характеризується великими обсягами поставок і високим ступенем взаємозалежності партнерів, а також часто передбачає проведення низки досліджень і розробок.

Ю. Зарозна [28] стверджує, що спільне виробництво дає змогу більш ефективно і повно використовувати потужності, тим самим знижуючи витрати і підвищуючи конкурентоспроможність продукції. Цей вид співпраці вимагає чіткого визначення обов'язків, встановлення цін, технічних стандартів, контролю якості виробленої продукції, дотримання технічних норм і точної координації дій.

На думку В. Лещинського, спільні підприємства засновані на капіталі, спільній участі партнерів в управлінні та спільному розподілі доходів і ризиків. Ця форма співробітництва поєднує в собі позитивні сторони всіх форм кооперації, сприяючи виробництву високоякісної, конкурентоспроможної продукції з меншими витратами і в більш короткі строки, сприяючи більш швидкому освоєнню міжнародних ринків і тим самим розширюючи експортні квоти [43, с. 10].

Співпраця на основі спільних проектів означає об'єднання можливостей двох або більше країн для реалізації конкретного проекту. Недоліком такої форми співробітництва є відсутність координації між партнерами на етапі переговорів і маркетингу. Однак світова практика показує, що такі проекти можуть бути досить успішними, особливо в авіаційній і космічній промисловості.

Міжнародна виробнича кооперація являє собою співробітництво між іноземними партнерами, які здійснюють різні, але пов'язані між собою процеси поділу праці як складову зовнішньоекономічної діяльності; особливістю МПК є створення ланцюгової системи виробництва та реалізації продукції. Усі учасники кооперації розподіляються за ланцюжком виробничих процесів.

Існує два способи співпраці, заснованих на виробництві нових продуктів (рис. 1.2). Перший спосіб передбачає участь партнерів (учасників кооперації), які обмежуються наданням списку елементів, які вони визначили як необхідні для подальшого розроблення продукту. Після того як компоненти визначено, їх розподіляють відповідно до сфери їхньої компетенції. Кожен учасник обговорює обсяг поставок і загальний обсяг виробництва та продажів продукту.

На думку МакКохона, наступний метод міжнародної виробничої кооперації ґрунтується на створенні єдиного продукту в рамках спільного виробництва. Це передбачає тісну співпрацю між партнерами, які повинні об'єднати свої виробничі, дослідницькі та фінансові можливості. У багатьох випадках така взаємодія має міжгалузевий характер. Цей метод використовується в аеронавтиці, військовій і космічній промисловості [46, р 35].



Рис. 1.2. Методи міжнародної виробничої кооперації на засадах виробництва нового продукту

За: створено автором

Сьогодні транснаціональне кооперування бізнес-організацій поширюється по всьому світу, охоплюючи практично всі форми міжнародного співробітництва. Нові організаційні структури, так звані транснаціональні корпорації (ТНК), почали активно завойовувати світові ринки, тим самим

посилюючи конкуренцію за ринки збуту і джерела сировини з іншими компаніями і кооперативами.

О.П. Голікова та О.О. Довгаль [52, с. 45] зазначають, що ТНК – це добровільне співробітництво юридично й економічно самостійних підприємств на основі довгострокових контрактів, розташованих у різних країнах, які досягають спільних цілей шляхом узгоджених дій партнерів, кількість яких не обмежена. Інший тип співробітництва виникає у формі транснаціональних фінансово-промислових підприємств, коли такі форми співробітництва включають механізми акціонерної взаємодії на додаток до відповідної виробничо-технічної діяльності. Транскордонні угоди сприяють значному скороченню термінів запуску виробництва та зниженню витрат на розробку.

Таким чином, міжнародна виробнича кооперація стає ареною соціально-економічного та науково-технічного розвитку країн світу, ареною міжнародної інтеграції та можливістю протистояти дедалі гострішій конкуренції за рахунок раціонального використання потужностей. Міжнародне співробітництво в умовах сучасної глобалізації найчастіше здійснюється в таких галузях. Співпраця у сфері виробництва, тобто постачання комплектів установок і устаткування та відповідна оплата продукції; надання ліцензій, виробничого досвіду і знань та відповідна оплата продукції; укладення контрактів, спільне виробництво, науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (НДДКР), спільні підприємства, спільні проекти і т. д. Використання кооперації у виробництві відіграє важливу роль. Це пов'язано з тим, що об'єднання кількох сил у єдиний комплекс призводить до підвищення ефективності виробництва. Тому, особливо в умовах сучасної конкуренції, навіть дуже потужні компанії не можуть впоратися з усім спектром надскладних завдань, пов'язаних з випуском максимальної кількості продукції за мінімальні терміни. Практика показує, що для розв'язання подібних проблем необхідна кооперація виробничих комплексів, які об'єднують виробничі та наукові можливості.

1.2. Фактори та інструменти оцінювання ефективності участі підприємств автомобільної галузі у міжнародних коопераційних зв'язках

Оцінити масштаби міжнародної виробничої кооперації складно через відсутність чітких методів статистичного дослідження та розмаїття типів підприємств. Ефективність – критеріальний показник, що характеризує потенціал підприємства і ступінь досягнення ним поставлених цілей. Від того, наскільки об'єктивно проведено дослідження, залежить прибуток підприємства, його розвиток і приплив додаткового прибутку в наступному періоді. Тому розрахунок ефективності співробітництва є одним з основних чинників участі підприємств у міжнародній виробничій кооперації, яка визначається співвідношенням отриманих економічних результатів і відповідних витрат.

Незважаючи на достатній рівень складності і ґрунтуючись на теоретико-методологічному розвитку досліджень у царині аналізу ефективності кооперації, можна виокремити два основні підходи до оцінки, які придатні для визначення ефективності участі автомобільних компаній у коопераційних проєктах: 1) результати кооперації та ресурси, задіяні для їх досягнення 2) "прямі" порівняння. Це передбачає оцінку вигод і витрат від партнерської взаємодії як на рівні партнерства загалом, так і на рівні окремих учасників.

Гребельник О.М. [19] пропонує виокремити чотири підходи до оцінювання ефективності співпраці в стратегічних альянсах:

- 1) відстеження динаміки ринкової позиції компанії-партнера або партнерства в цілому;
- 2) оцінка на основі динаміки фінансового стану компанії-партнера;
- 3) оцінка на основі концепції порівняння вигод і витрат стратегічного співробітництва, що є методологічним підґрунтям для ухвалення та оцінки проєктних рішень; та

4) оцінка, заснована на когнітивному та компетентнісному аспектах партнерства [19].

Такий підхід дає змогу кількісно оцінити ефективність співпраці, а в разі одночасного застосування всіх чотирьох підходів - провести її комплексну оцінку.

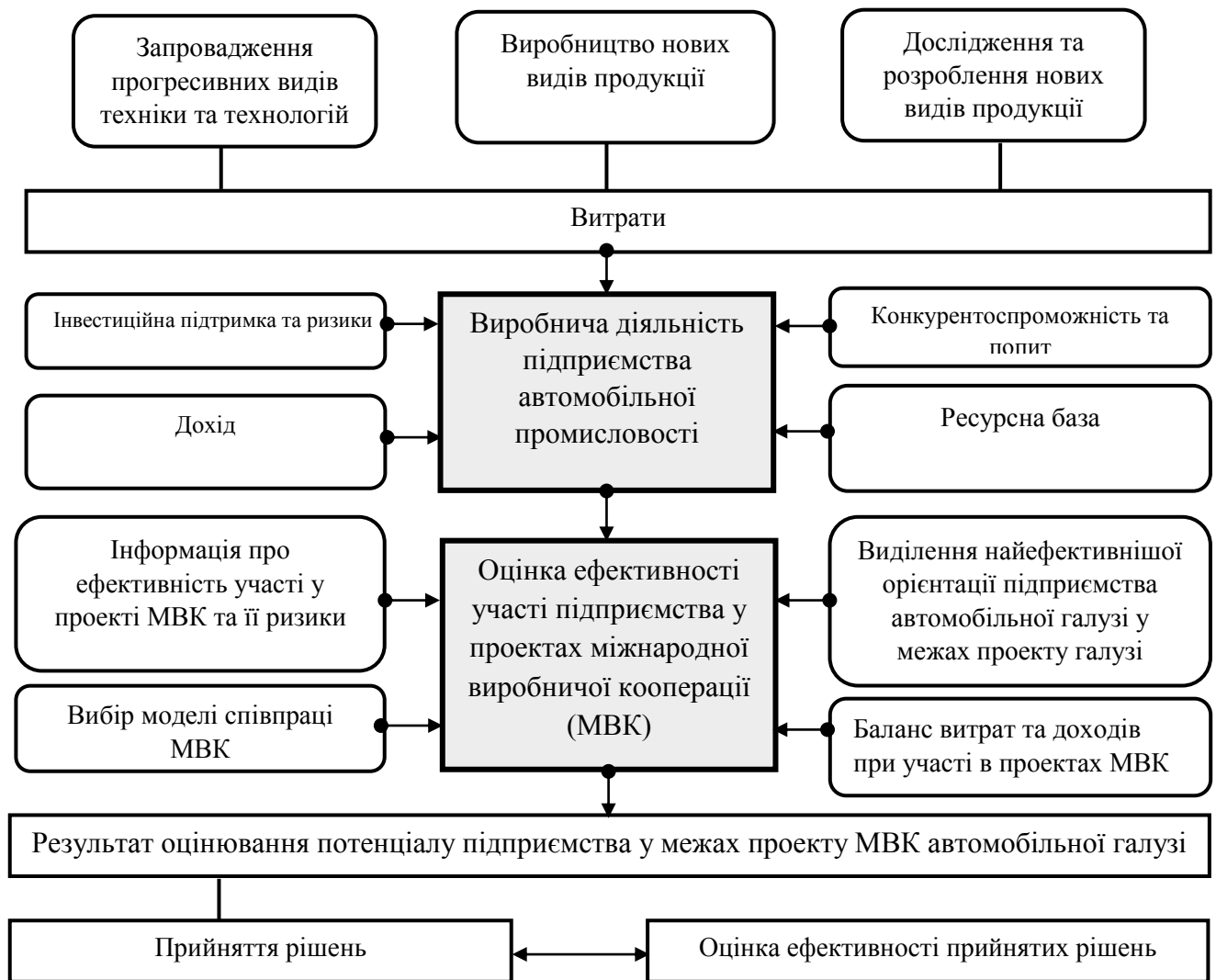


Рис. 1.3. Модель оцінки ефективності участі підприємств у проектах міжнародної виробничої кооперації (МВК) автомобільної галузі

За: побудовано автором за [78]

На рис. 1.4 можна простежити основні чинники формування міжнародних коопераційних зв'язків. Зіставивши і правильно оцінивши їх,

можна побачити положення компаній у лавах міжнародної виробничої кооперації. Таким чином, оцінивши можливості для інновацій та модернізації, поточні витрати, доходи, інвестиції та конкурентоспроможність автомобільних компаній, які не беруть участі в моделі кооперації, та оцінивши ті самі пункти, що й за участю, можна оцінити потенціал цієї компанії та ухвалити правильне рішення.

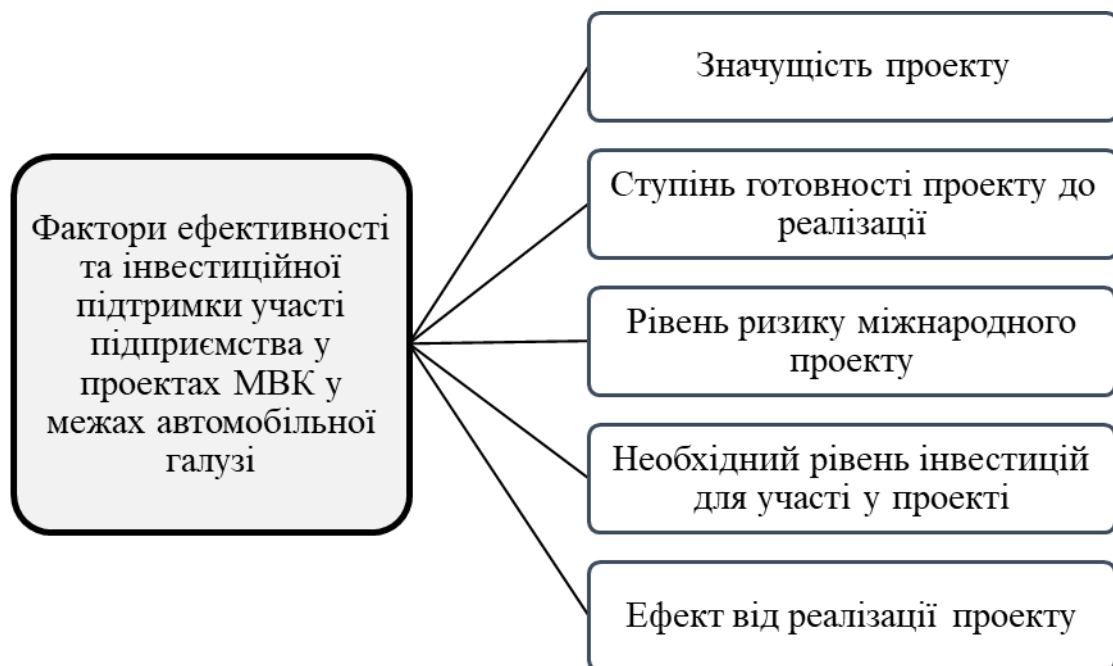


Рис. 1.4. Чинники ефективності та інвестиційної підтримки участі підприємств у проектах МВК у межах автомобільної галузі

Складено автором за: [31].

Індекс виявлених порівняльних переваг слід використовувати для визначення конкурентних переваг вітчизняних компаній в автомобільній промисловості, не фокусуючись на конкретних компаніях, які беруть участь у проектах міжнародної виробничої кооперації.

Виявлені порівняльні переваги (RCA) – це індекс, що використовується в міжнародній економіці для розрахунку відносних переваг або недоліків конкретної країни в певному класі товарів і послуг, виявлених у результаті торговельних потоків. Він заснований на концепції порівняльних переваг

Давида Рікардо. Індекс, частіше званий індексом Баласси, був запроваджений 1965 року Бейлою Балассою та Марком Ноландом і розраховується 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_{ij}^t – загальний імпорт країни (i) з групи інших країн, що взяті для аналізу[2].

Отже, порівняльні показники визначаються як відношення темпів зростання експорту (імпорту) галузевих продуктів в Україні до темпів зростання експорту (імпорту) галузевих продуктів у світі (наприклад, у країнах Європі). Темпи зростання мають визначатися по відношенню до експорту (імпорту), вираженого у натуральному вираженні. Якщо значення відповідного індексу більше 1 ($RCA > 1$), то це означає, що розвиток зовнішньої торгівлі галузевими продуктами відбувається швидше, ніж у світі (чи, наприклад, в Європі); і навпаки, якщо значення відповідного індексу менше 1 ($RCA < 1$), то це означає, що процеси розвитку відбуваються повільніше.

Для здійснення аналізу взаємодоповнюваності на макrorівні слід розраховувати індекс взаємодоповнюваності 2-ох торговельних партнерів. Індекс взаємодоповнюваності торгівлі демонструє, наскільки структура імпорту торговельного партнера відповідає структурі його експорту, що дозволяє отримати корисну інформацію щодо торговельних перспектив країни. Індекс розраховується 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 індекс дорівнює нулю, країна не експортує товари, а її торговельні партнери не імпортують товари. Вищий індекс означає, що співвідношення експорту країни до імпорту іншої країни є вищим. Країна з високим індексом експортної комплементарності означає, що вона бере участь у розподілі продукції як експортер компонентів. І навпаки, високий індекс комплементарності імпорту торгівлі компонентами вказує на те, що країна бере участь у розподілі виробничого процесу як імпортер компонентів [88].

Оскільки компанії традиційно використовують економічні показники для оцінки результатів, можна зробити порівняльні емпіричні оцінки впливу інвестиційного співробітництва на розвиток та інтенсивність міжнародної кооперації в автомобільній промисловості. Довгострокова тенденція до зростання економічних результатів під впливом інвестиційної підтримки допомагає партнерам усвідомити, що співпраця є успішною і що партнерство приносить економічні вигоди. Таким чином, партнери зберігають довгострокову мотивацію до співпраці як засобу досягнення вигод від співпраці.

Основними принципами, за якими розраховуються індикатори ефективності, є:

- надійність інформації;
- порівняння вхідних і вихідних даних, що змінюються з часом, з чітко визначеним періодом часу.
- період часу;
- загальний облік усіх наявних компонентів витрат і результатів;

- необхідність порівняння фактичних даних із запланованими рівнями та витратами на єдиній базі порівняння [67].

Для оцінки привабливості та конкурентоспроможності підприємства можна використовувати показники привабливості ринку (Q_K) та конкурентної позиції (Q_P) (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

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

Назва показника	Формула розрахунку
Показник рівня конкурентних позицій (Q_P)	$Q_P = \frac{\sum M_j G_j}{\sum M_j} \quad (1.4),$ де M_j – експертна оцінка (%) G_j – ваговий коефіцієнт
Показник привабливості ринку (Q_K)	$Q_K = \frac{\sum M_i G_i}{\sum M_i} \quad (1.5),$ де M_i – експертна оцінка (%) G_i – ваговий коефіцієнт

За: [87]

Під час проведення оцінки експорту необхідно визначити ключові показники для кожного індикатора. Наприклад, при визначенні показників привабливості ринку (Q_K) в автомобільній промисловості варто зосередитися на таких позиціях, як розмір ринку, темпи зростання ринку, ціновий діапазон та інтенсивність конкуренції. Для визначення показника конкурентоспроможності слід звернути увагу на конкурентоспроможність продукту, умови присутності на ринку та оцінку можливих фінансових результатів. Зіставивши два вищевказані показники, можна визначити найсприятливіші ринки для співробітництва в рамках проєктів міжнародної виробничої кооперації, в тому числі в автомобільній промисловості.

Для оцінки ефективності проєктів експортно-імпоротної кооперації для експортерів можна також порівняти темпи зростання експорту та імпорту, як

правило, за обсягом, але також за відповідними групами товарів і позиціями. Такі порівняння найкраще характеризуються коефіцієнтом зростання імпорту на одиницю зростання експорту:

$$K_n = \frac{C_{ni}}{C_{nb}} - \text{при позитивних значеннях змін експорту}; \quad (1.6)$$

$$K_{ni} = \frac{C_{nb}}{C_{ni}} - \text{при від'ємних значеннях змін експорту, де} \quad (1.7)$$

K_n – коефіцієнт приросту імпорту на 1 євро (чи дол.) приросту експорту;

C_{nb} – сума приросту експорту;

C_{ni} – сума приросту імпорту.

Беручи до уваги те, що коопераційна взаємодія у інвестиційній сфері вимагає окремих показників, що буде відображати ефективність й доцільність прямих інвестиційних інвестицій за кордоном, доцільно використовувати показник, який слід назвати коефіцієнтом віддачі іноземних інвестицій – K_b і визначати за формулою:

$$K_b = \frac{O_p}{C_i}, \text{ де:} \quad (1.8)$$

O_p – обсяги річного обороту підприємств, що створені за рахунок відповідних іноземних інвестицій;

C_i – сума прямих іноземних інвестицій, що вкладені у відповідну країну на протязі року [78].

Таким чином, розглянувши дані підходи до оцінки ефективності участі компанії в проектах міжнародної виробничої кооперації в автомобільній промисловості, найбільш об'єктивним і корисним підходом є дохідний підхід. Цей підхід містить основні компоненти (операційний, інвестиційний, ринковий, фінансовий та управлінський), необхідні для комплексної оцінки ефекту від співпраці. Для ретельного аналізу необхідна достовірна інформація та коректне порівняння різних показників в одному часовому інтервалі. Варто

зосередитися на визначенні рівня виявлених показників порівняльних переваг, показників взаємодоповнюваності, ринкової привабливості та конкурентної позиції. Таким чином, показники ефективності та їхній аналіз дають змогу виявити рентабельність зовнішньоекономічних операцій і сформулювати заходи щодо її поліпшення для збільшення прибутку компанії.

1.3. Зарубіжний досвід формування міжнародної виробничої кооперації в автомобільній промисловості

Міжнародні стратегічні технічні альянси та різноманітні виробничі кооперативи за участю компаній з країн з різним економічним становищем, потенціалом та інтересами становлять особливий інтерес за сучасних умов посилення глобалізації та світової конкуренції. Однією з основних тенденцій розвитку світової економіки у XXI столітті стала інтенсивна інтеграція країн у виробничий процес, що приводить до формування міжнародних виробничих кооперативів і стратегічних альянсів. У цих формах співробітництва кожен з учасників зацікавлений у створенні спільної взаємовигідної діяльності, виступаючи як рівноправні партнери при збереженні самостійності та незалежності, а також роблячи конкретний внесок у досягнення загальних результатів.

Виникнення і розвиток кооперації в автомобільній промисловості пов'язані з розвитком суспільного поділу праці, спеціалізації та співробітництва. Таким чином, відповідно до законів поділу праці автомобільна промисловість розвивалася з моменту свого виникнення. Перші зразки автомобілів вироблялися в приватних майстернях і стали родоначальниками сучасних компаній (наприклад, DaimlerChrysler, Adam Opel тощо). У міру ускладнення конструкції автомобіля виникла необхідність створення автомобільних заводів (Ford), організованих за принципом самозабезпечення. Щоб забезпечити масове виробництво автомобілів,

необхідних у майбутньому на основі ринкового попиту, автомобільні заводи були змушені передавати виробництво деяких деталей і компонентів іншим субпідрядникам, чия спеціалізація давала змогу виробляти їх у більш короткі терміни і з меншими витратами. Тепер у кожній автомобільній компанії є свої постачальники, які виробляють деталі та компоненти відповідно до її власних вимог. Тому можна сказати, що виробнича кооперація в автомобільній промисловості є однією з основних умов її виживання.

Перші автомобілі виробляли в приватних майстернях, таких як Daimler і Opel. У міру ускладнення конструкції автомобілів виникла необхідність у будівництві цілих заводів, таких як Ford. Зрештою, виробництво стало великомасштабним, а специфіка попиту сприяла виробництву деталей і компонентів у інших субпідрядників, що призвело до значного зниження собівартості [33].

Для автомобільної промисловості характерні всі види виробничої кооперації. До них належать контрактація (укладення договорів на виготовлення продукції, укладення договорів на проєктування та виготовлення машин і устаткування), спільне виробництво (поділ виробничих програм, міжнародні асоціації, спільні підприємства) і міжнародні асоціації. Спільні підприємства – це гнучкі системи управління, що дають змогу використовувати специфіку та ресурси кожної країни, а також фінансові та інші можливості й досвід усіх учасників корпоративного співробітництва.

Автомобільна промисловість вимагає постійного інноваційного зростання, високоякісного виробництва, надійності, нових маркетингових і цінових рішень, постійного пропонування нових моделей і нових функцій, а також позиції законодавця моди в галузі. З огляду на ці вимоги, важливо обрати найефективнішу форму виходу на зарубіжні ринки як учасника коопераційних проєктів, беручи до уваги економічні, географічні та політичні особливості своєї країни.

У другій половині XX ст. виробництво автомобілів у світі кардинально змінилося: 1950 року на США припадало понад 80 % світового виробництва автомобілів, не враховуючи комерційного транспорту. Однак ця частка скоротилася до 4,6 % у 2010 р. та 2,7 % у 2021 р., що відображає зниження конкурентоспроможності американської системи виробництва автомобілів (рис. 1.5). Незважаючи на те, що США є найбільшим у світі автомобільним ринком, вони повністю моторизовані. Це означає, що американський ринок – це насамперед ринок заміни, з гострою конкуренцією за частку ринку між виробниками: у 1990-х роках кількість автомобілів, вироблених у США, була майже такою самою, як у 1950-х роках.

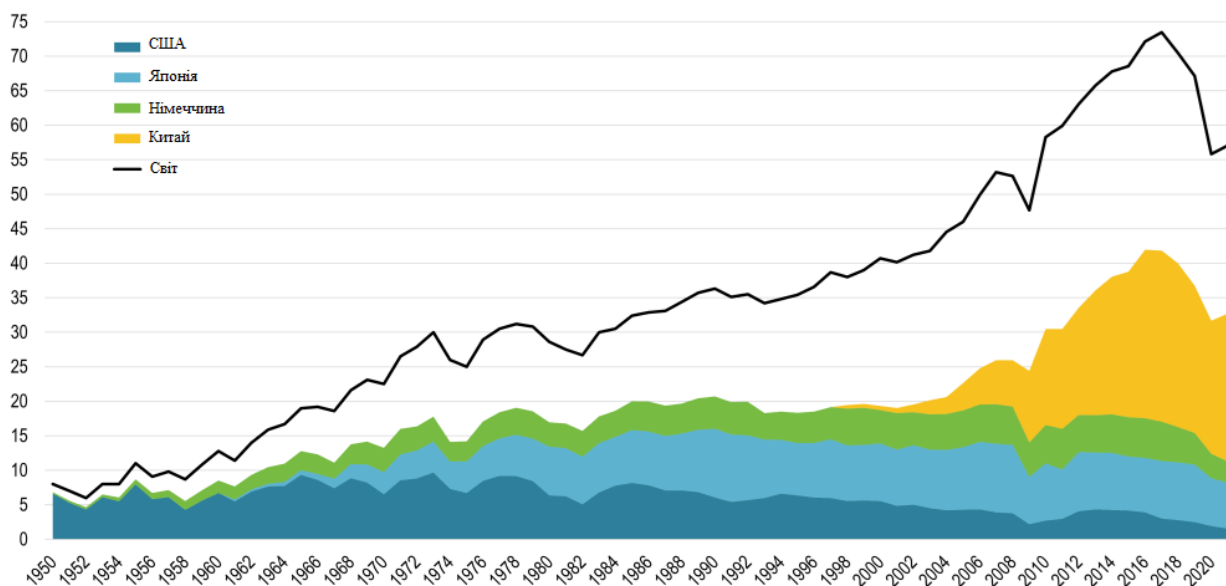


Рис. 1.5. Динаміка виробництва автомобілів у світі у розрізі окремих країн у 1950-2021 рр.

За: [86]

Дотримуючись головних світових тенденцій, можна виділити найпоширеніші форми інтернаціоналізації економічної й виробничої діяльності, які різняться ступенем домінування на ринку, тіснотою зв'язків і рівнем складності управлінської діяльності (рис. 1.6).

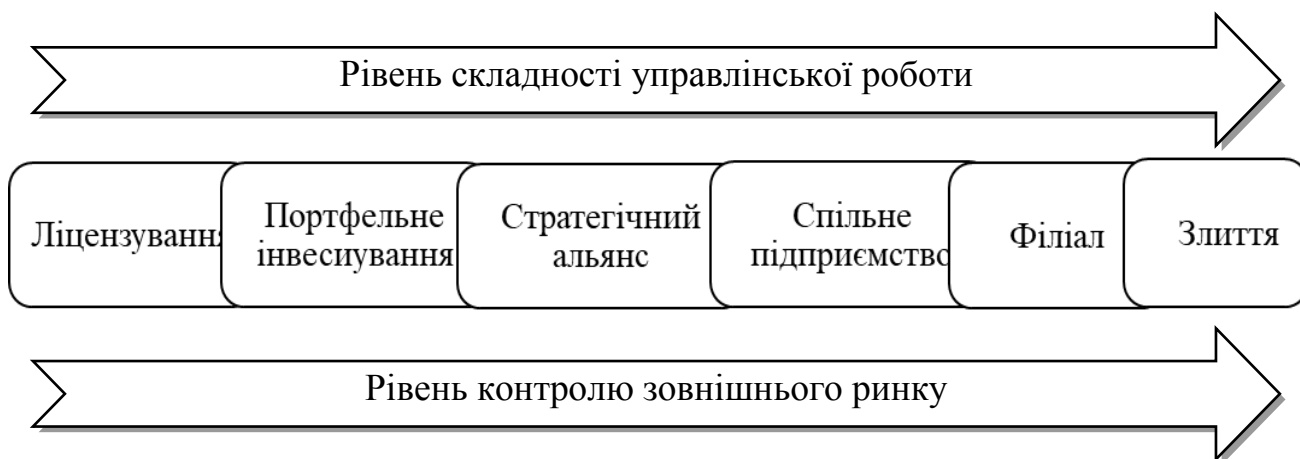


Рис. 1.6. Розподіл форм міжнародної співпраці за ступенем складності управлінської роботи та контролю зовнішнього ринку

Складено автором за: [103]

Ліцензування активно ведеться в галузі виробництва автомобільних деталей і компонентів. Наприклад, компанія Suzuki в Азії придбала ліцензію на виробництво дизельних двигунів, розроблених італійською компанією Fiat.

Стратегія портфельних інвестицій була прийнята німецькою автомобільною компанією Daimler. Daimler володіє часткою в індійській компанії Tata Motors, яка досягла успіху з випуском свого недорогого автомобіля Nano. Перехресне інвестування також використовують такі компанії, як французька Renault і японська Nissan Motor. Ці дві компанії підписали угоду про співпрацю і володіють акціями одна одної в рамках глобального проєкту співробітництва: BMW, Daimler і General Motors спільно працюють над виробництвом нових моделей гібридних автомобілів, обмінюються останніми технологічними досягненнями і розділяють витрати і ризики цього проєкту. Французька група автомобільних компаній PSA (раніше PSA Peugeot Citroën) і японська Toyota Motor Corporation також створили в Чехії спільне підприємство Toyota Peugeot Citroën Automobil Czech Republic (TPCA) для виробництва практично ідентичних моделей Citroën C1, Peugeot 107 і Toyota Aygo [41]. Виготовлення автомобілів відомих світових брендів

охоплює співпрацю з низкою країн (табл.1.3), яка змінюється залежно від моделі автомобілі, будуючи єдине інтернаціональне виробництво та концентрацією дилерських центрів по всьому світі.

Таблиця 1.3

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: [118]

Філії та виробничі підрозділи компаній, що прагнуть вийти на зарубіжні ринки, також популярні в усьому світі. Наприклад, німецький концерн Daimler відкрив підрозділ у місті Кечкемет (Угорщина) для недорогого виробництва автомобілів класу "А" і "В" класу "люкс".

Придбання більш популярні, ніж злиття, оскільки є менш ризикованою формою партнерства. Прикладом невдалого альянсу може слугувати партнерство між Daimler і Chrysler у США. Ці компанії не змогли скоротити витрати, тому вони припинили альянс, продавши активи Chrysler [89].

Увесь процес поглинань, злиттів, альянсів і стратегічних партнерств показує, що компаніям не вдається самотужки вийти на світову арену. Звісно, є винятки, такі як Morgan у Великій Британії та Mitsuoka в Японії. Але суть у тому, що ці компанії незалежні як усередині, так і зовні, тому вони не відіграють великої ролі на світовому автомобільному ринку. Адже для того,

щоб забезпечити сотні тисяч або навіть мільйони продажів на рік, їм потрібна потужна підтримка, яку забезпечує або альянс (у випадку з Nissan-Renault), або набір власних брендів (Volkswagen Group). Крім того, самостійним брендам, таким як Mazda, буде дедалі важче розширюватися і рости.

Volkswagen у Німеччині впровадив логістичну концепцію створення кластерів субпостачальників у межах 10 км від складального заводу.

У сучасній автомобільній промисловості існує два методи імпортного складання: SKD і CKD. Метод SKD (Semi Knocked Down) – це метод, за якого автомобілі імпортують і згодом збирають, щоб уникнути високих імпортних мит і акцизів. У цьому випадку готовий автомобіль розбирають на невелику кількість деталей, а потім імпортують у країну для подальшого складання. Сьогодні цей термін застосовується до виробництва, заснованого на складанні великих компонентів, таких як кузови або двигуни з трансмісіями.

Другий спосіб, "повне складання" (CKD), є імпортною технологією і насамперед спрямований на уникнення високих імпортних мит і акцизів. Імпортуються готові компоненти, збираються на місці та продаються; перевагою CKD є зниження мита на компоненти, яке є значно нижчим, ніж на готові автомобілі; на відміну від SKD, система CKD передбачає більш активні дії щодо товарів у країні, де вони продаються. Можливі збірка, зварювання, фарбування, внутрішнє оздоблення та остаточне тестування.

Зокрема, Daimler створив заводи з дрібновузлового складання (CKD) у Таїланді, В'єтнамі, Малайзії та Індонезії, щоб уникнути високих імпортних тарифів на готові автомобілі в Південній Азії (у В'єтнамі ставка імпортного тарифу становить 50% від митної вартості автомобіля).

Сучасна модель модульного виробництва автомобілів у США ґрунтується на вертикальній дезінтеграції постачальників компонентів автомобілів шляхом їх одночасної інтеграції, поглибленні спеціалізації та запровадженні багаторівневої структури постачальників компонентів і

матеріалів для автомобілів, а також інтенсивному аутсорсингу господарських операцій під час виробництва автобусів. Наявність різних підрядників дає змогу клієнтам обирати оптимальний варіант виконання замовлення. Як правило, великі автомобільні компанії мають від 2 до 2,5 тисяч субпідрядників. Великі компанії американської автомобільної промисловості, такі як Chrysler, Ford і General Motors, виробляють трохи більше третини своїх компонентів власними силами (34 %, 38 % і 47 % відповідно). Решту деталей постачають за субпідрядними замовленнями [91].

Традиційно компанії в таких країнах, як США і Японія, виробляли більшість компонентів автомобілів власними силами. Однак у зв'язку зі швидким науково-технічним прогресом і новітніми розробками, спрямованими на процес складання готової продукції, автовиробники передають на аутсорсинг не лише виробництво дрібних деталей, а й їхнє збирання в модулі та вузли, виділяючи підрозділи в самостійні компанії. Інші завдання, як-от вдосконалення технології виробництва, тестування, закупівля запчастин і комплектуючих, пакування та продажі, також передають компаніям у рамках кооперації. Як правило, основні власники брендів зберігають за собою функції розробки нових продуктів, стратегії виробництва, орієнтації на бренд, поліпшення функціональних характеристик і дизайну автомобілів, а також виробництва зразків для тестування.

Таким чином, очевидно, що сучасний автомобільний світ виявляє стійкий інтерес до такої форми співпраці, як міжнародна виробнича кооперація. Такі альянси не обов'язково оформлюються юридично, але переслідують глобальні цілі. Дуже часто альянси стають свого роду "рятівною благодаттю", коли компанії стикаються з труднощами у своєму розвитку або виходять на нові ринки, намагаючись домогтися максимального представництва за низьких витрат. Однак існують і стратегічні альянси, засновані на довгострокових цілях компаній-учасників, наприклад, спрямовані

на досягнення глобального лідерства в галузі. У сучасній автомобільній промисловості існує дві форми імпортного складання: SKD і CKD. У першому випадку готові автомобілі розбирають, імпортують і збирають у країні походження. В іншому випадку імпортуються компоненти для подальшого продажу і складання на місцевому виробництві.

Висновки до розділу

1. Автомобільна промисловість стикається з трьома основними проблемами: нестачею викопного палива, політикою глобального потепління і зростаючою конкуренцією з боку нових ринків. Щоб залишатися конкурентоспроможними, компанії повинні розробляти більш ефективні та взаємозамінні автомобілі, що відповідають вимогам окремих клієнтів. Функціональна інтеграція і поєднання нових технологій і матеріалів є ключем до стабільного успіху в цій галузі. Це підтверджує стійка тенденція зростання системних інновацій за останнє десятиліття. Розробка складних продуктів, таких як автомобілі, вимагає навичок з різних дисциплін, включно з інженерією та хімією. Ба більше, ці навички поширюються по всьому ланцюжку поставок. Одним словом, єдиний спосіб досягти успіху в автомобільній промисловості – це співпраця і спільні інновації. Міждисциплінарний і міжорганізаційний розвиток висуває високі вимоги до моделі співпраці, особливо в автомобільній промисловості. У цій статті аналізуються й оцінюються моделі співпраці з погляду їхньої застосовності до проєктів міждисциплінарного та міжорганізаційного розвитку в автомобільній промисловості.

2. Міжнародна виробнича кооперація стає ареною соціально-економічного та науково-технічного розвитку країн, ареною міжнародної інтеграції та можливістю протистояти конкуренції, що постійно зростає, за рахунок раціонального використання компетенцій. Міжнародне

співробітництво в умовах сучасної глобалізації найчастіше здійснюється за такими напрямками: постачання комплектних установок і обладнання та відповідна оплата продукції; ліцензії, виробничий досвід і знання та відповідна оплата продукції; укладення контрактів, спільне виробництво, науково-дослідні й дослідницько-конструкторські роботи (НДДКР), спільні підприємства та спільні проєкти. Використання кооперації у виробництві відіграє важливу роль, тому що об'єднує кілька сил у єдиний комплекс, що призводить до підвищення ефективності виробництва. Тому, особливо в умовах сучасної конкуренції, навіть дуже потужні компанії не можуть впоратися з усім спектром надскладних завдань, пов'язаних з випуском максимальної кількості продукції за мінімальні терміни. Практика показує, що для розв'язання цих проблем необхідна кооперація двох і більше виробництв, що володіють як виробничими, так і науковими можливостями. Ретельний аналіз ефективності участі підприємств у проєктах міжнародної виробничої кооперації вимагає достовірної інформації та коректного порівняння різних показників в одному й тому самому часовому інтервалі. Варто зосередитися на визначенні рівня виявлених показників порівняльних переваг, показників взаємодоповнюваності, привабливості ринку та конкурентної позиції. Таким чином, показники ефективності та їхній аналіз дають змогу виявити рентабельність зовнішньоекономічних операцій і розробити заходи щодо її поліпшення для збільшення прибутку компанії.

3. Можна чітко визначити, що в сучасному автомобільному світі спостерігається стійкий інтерес до таких форм співпраці, як міжнародна виробнича кооперація. Однак існують і стратегічні альянси, засновані на довгострокових цілях учасників, деякі з яких спрямовані на досягнення глобального лідерства в галузі. У світі використовуються різні моделі такого співробітництва, але кожна автомобільна компанія має низку постачальників, що спеціалізуються на виробництві різних типів компонентів. У сучасній

автомобільній промисловості існує дві форми імпортного складання: SKD і CKD. У першому випадку готові автомобілі розбирають, імпортують і збирають у країні походження. В іншому випадку імпортуються компоненти для подальшого продажу і складання на місцевому виробництві. Завдяки стрімкому технологічному прогресу, головним чином у процесі складання готової продукції, і новітнім розробкам виробники автомобілів виокремлюють відділи та передають на аутсорсинг виробництво дрібних компонентів, а також складання модулів і вузлів. Інші завдання, як-от вдосконалення технології виробництва, тестування, закупівля запчастин і комплектуючих, пакування та продажі, також передають компаніям у рамках співпраці. Як правило, основні компанії-власники брендів зберігають за собою функції розроблення нових продуктів, стратегії виробництва, орієнтації на бренд, поліпшення функціональних характеристик і дизайну автомобілів, а також виробництва зразків для тестування.

РОЗДІЛ II ЕФЕКТИВНІСТЬ УЧАСТІ АВТОМОБІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ У МІЖНАРОДНІЙ ВИРОБНИЧІЙ КООПЕРАЦІЇ

2.1. Сучасні особливості та моделі участі українських підприємств у міжнародних коопераційних зв'язках

Вчені-міжнародники досить детально систематизували сучасні організаційні та економічні форми міжнародної промислової кооперації, а саме: різноманітні стратегічні альянси промислових підприємств, міжнародні консорціуми, транснаціональні корпорації, спільні підприємства, іноземні інвестиції у виробництво, передачу технологій, транскордонні злиття і поглинання [68, с. 30]. У сучасних умовах глобальної конкуренції міжнародна промислова кооперація є необхідним елементом стабільності та розвитку будь-якої національної економіки. Спеціалізація промислової кооперації визначається специфікою галузі, обладнання та технології виробництва. Так, наприклад, у машинобудівній галузі охоплюється співпраця у вигляді поставок окремих деталей, вузлів і заготовок готової продукції на головний завод. У разі співпраці машинобудівних підприємств з хімічними підприємствами, першим поставляються лаки, фарби, мастильні матеріали та інша хімічна продукція.

Микитюк О.П. [48] наголошує, що конкуренція – дуже важливий фактор участі підприємств у міжнародній кооперації, який може мати різні наслідки для розвитку відповідної галузі та для конкурентів. Наприклад, у країнах зі слабкими порівняльними перевагами конкуренція може стати перешкодою для розвитку того типу виробництва, який може функціонувати лише в рамках міжнародної кооперації. Наприклад, міжнародна співпраця України щодо виробництва середнього військово-транспортного літака Ан-70 була навмисно заблокована російською стороною. Це було пов'язано з тим, що літак мав стати конкурентом Іл-76МФ та Іл-106, розроблених у ОКБ держави-агресора.

Сьогодні в Україні налічується понад 10 заводів з виробництва комплектів автомобільної проводки. Оскільки цей вид виробництва вимагає багато ручної

праці, мотивацією інвестора в даному випадку є використання дешевої робочої сили. Нині на заводах із виробництва комплектів автомобільної проводки в Україні працюють 22 тис. осіб. Але фактично це не виробництво, а цехи, де з імпортованої сировини вручну збираються комплекти проводки для світових автомобільних компаній.

Ці компанії активно розширювалися в Україні у 2016-2017 роках. Це відображається і в експортній статистиці: у 2017 році український експорт ізольованих проводів і кабелів посів сьоме місце в загальній товарній структурі експорту.

Отже, найбільшими українськими компаніями, що виробляють продукцію на умовах міжнародної виробничої кооперації в автомобільному секторі, є:

1) ДП "Борднетце. ТОВ "ДП Борднетце-Україна" належить японській компанії Sumitomo Electric Bordnetze і управляє чотирма заводами з виробництва автомобільної проводки. Перший завод було відкрито 2006 року в селі Байківці Тернопільської області. У 2013 році було відкрито ще два заводи в Чернівцях і Чорткові Тернопільської області. Четвертий завод розпочав роботу в Хмельницькому 2018 року. Виробничі потужності компанії розташовані на території Хмельницького машинобудівного заводу, який компанія придбала. Загальна чисельність співробітників становить 5 000 осіб. Sumitomo Electric входить до групи Sumitomo, однієї з найбільших компаній Японії.

2) Leonі. Німецька компанія Leonі володіє двома заводами в Україні, які виробляють комплекти автомобільних кабельних мереж. Перший завод було побудовано 2003 року в місті Стрий Львівської області. Другий завод було відкрито у вересні 2017 року в місті Коломия Івано-Франківської області, на ньому працює 800 осіб. Український завод Leonі виробляє проводку для автомобілів General Motors і Opel. На підприємстві працює 7 000 осіб.

3) Nexans. Французька компанія Nexans відкрила три складальних заводи з виробництва кабельно-провідникової продукції в Україні (Electrocontact

Ukraine). Один завод було відкрито в м. Броди у серпні 2017 року. На момент відкриття на ньому було створено 500 робочих місць з перспективою розширення до 2,5 тис. Два інших заводи "Електроконтакт Україна" працюють у м. Золочеві (800 співробітників) і м. Перемишляни (1 000 співробітників) у Львівській області. Компанія "Електроконтакт Україна" є частиною Nexans, яка виробляє електричні кабелі для BMW, Opel, Mercedes, Porsche, Audi і Mini.

4) Fujikura. Наразі в Україні працюють три заводи з виробництва електропроводки японської компанії Fujikura: два розташовані у Львові та один у Немирові Вінницької області. У квітні 2016 року Fujikura відкрила першу чергу заводу з виробництва автокомпонентів у Львові. Другу чергу було відкрито у вересні 2016 року. На заводі працює 3 тис. осіб. Fujikura виробляє електрообладнання, системи зв'язку та автомобільні компоненти. Завод в Україні випускає проводку для автомобілів Audi і Volkswagen. У грудні 2017 року компанія відкрила другий завод у Немирові Вінницької області; він розпочав роботу на початку 2018 р.; планувалося, що на ньому працюватимуть 700 осіб; будівництво заводу мало завершитися на початку 2018 року. У довоєнних планах компанії було будівництво ще одного заводу в Черкасах.

5) Німецька компанія "Баадер Україна". У листопаді 2016 року ТОВ "Баадер Україна" відкрило в Україні виробничий комплекс з пошиття чохлів для автомобільних сидінь. Завод розташований у селі Козичі Яворівського району Львівської області. Після відкриття на ньому почали працювати 1800 осіб. Це вже другий завод з виробництва автомобільних чохлів німецької компанії Baader в Україні. Перший завод було відкрито 2006 року в місті Городок Львівської області. За даними сайту компанії, на її українських підприємствах працює 3100 осіб. "Баадер" спеціалізується на виробництві шкіряних сидінь для Audi і BMW. Її підприємства працюють в 11 країнах.

6) Yazaki. У 2002 році японська компанія Yazaki почала виробництво електрокабельної продукції на Закарпатті. Компанія є постачальником джгутів

у: Словаччину, Чехію, Німеччину, Польщу, Австрію та Угорщину. У компанії "Язакі Україна" працює 1 800 осіб.

7) Leonie Walleng Systems UA є однією з найуспішніших компаній автомобільної промисловості в Україні, що беруть участь у системі міжнародної виробничої кооперації. Підприємство розташоване в селі Ніжів (Львівська область). Материнська компанія спеціалізується на виробництві бортових мереж автомобілів і на сьогоднішній день займає третє місце в світі з випуску даної продукції. Кабельні мережі, що вироблені на українському заводі Leonie, постачаються на заводи в Польщі, Словаччині, Чехії, Угорщині, Іспанії, Німеччині, Італії, Португалії, Бельгії, Великобританії, США та Австрії для таких автомобільних брендів, як Opel, Porsche, Volkswagen, Audi та Lamborghini.

Українська компанія Leonie Walleng Systems UA є ефективним прикладом тісної економічної, технічної та наукової співпраці між Україною та Німеччиною. Це один з найпотужніших за останні роки інвестиційних проєктів у сфері виробництва двигунів і автомобільного електрообладнання. Підприємство є однією з найбільших зарубіжних компаній у Львівській області за обсягом капітальних інвестицій (понад 65 млн євро) та за обсягом виробництва. У групі компаній, які беруть участь в індексі німецької фондової біржі MDAX, зайнято понад 86 тис. осіб у 31 країні, а загальний обсяг збуту у 2021 році складав 4,9 млрд євро, чистий прибуток – 143,9 млн євро [76].

Ще однією компанією, яка, незважаючи на незначний термін існування в Україні (відкрита 14 квітня 2016 р.), домоглася значних успіхів у сфері міжнародної кооперації у сфері автомобільної промисловості, є ТОВ "Фуджікура Аутомотив Україна-Львів" (с. Підрясне Львівської обл.). Сьогодні цей завод виробляє електропроводку насамперед для автомобілів Volkswagen. Також є завод у м. Рава-Руська (недалеко від польського кордону), і планується відкриття ще кількох заводів у Вінниці й Черкасах. Щороку "Фуджікура

Аутомотив Юкрейн Львів" вносить понад 14 млн грн до місцевого бюджету та близько 12 млн гривень до державного бюджету України [96].

Отже, коопераційні моделі співробітництва в економічних відносинах з іншими країнами слід розглядати як узгоджену систему взаємодії національних суб'єктів з метою експортно-імпортного та інвестиційного співробітництва, яка враховує мету й форми співробітництва (такі як угоди про співробітництво, стратегічні альянси, спільна участь у капіталі), вибір сфер діяльності й партнерів, фактори, які впливають на співпрацю (наявність ризиків, можливостей, переваг і можливої привабливості), а також визначає їхню оцінку й координацію з використанням національних механізмів (рис. 2.1).

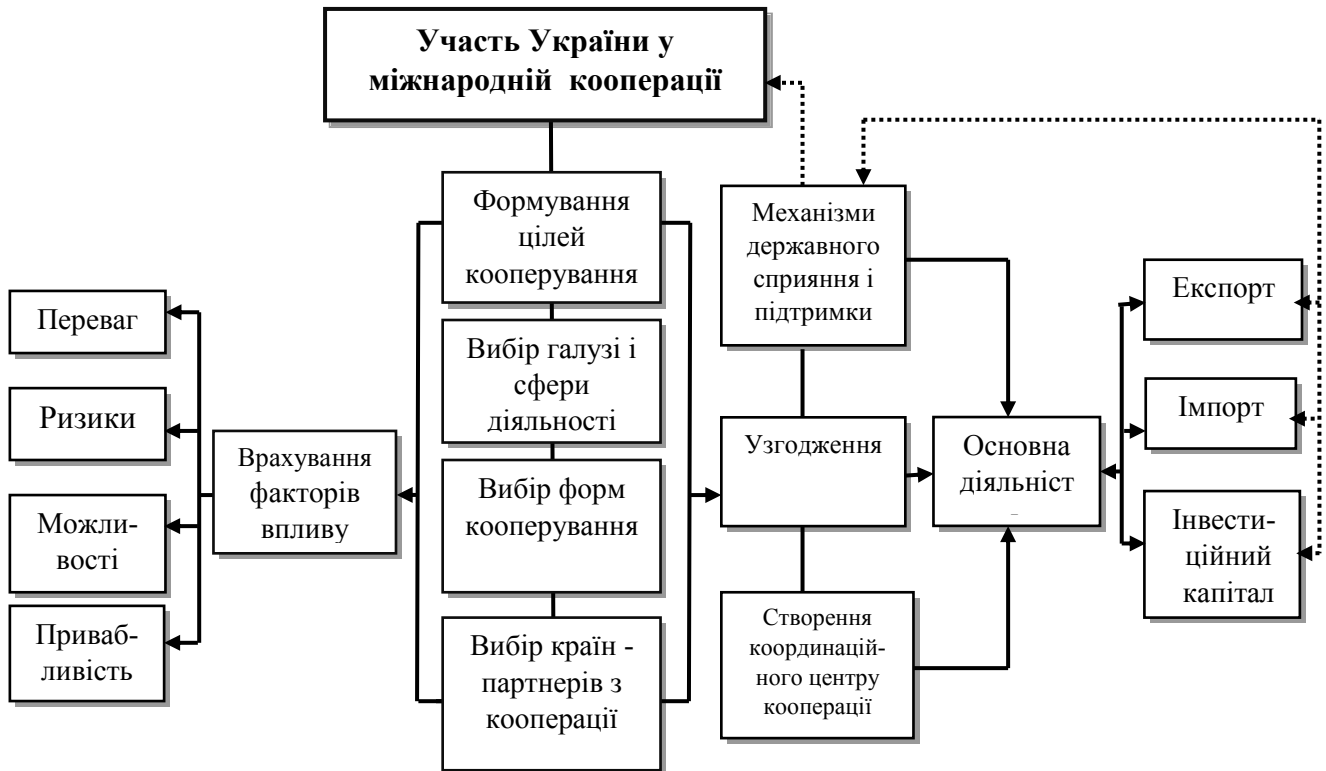


Рис. 2.1. Структурно-логічна схема участі вітчизняних компаній у міжнародній коопераційній співпраці з іншими країнами.

Побудовано автором за: [36].

Для того, щоб визначити загальну характеристику автомобільної галузі України, доцільно проаналізувати діяльність підприємств, що займаються

виробництвом автотранспортних засобів. У результаті аналізу табл. 2.1 можемо констатувати значне падіння обсягів виробництва в останні роки. В Україні виробництво автомобілів у 2021 році порівняно з 2020 роком зменшилось на 22,9 % (до 6 623 тис. од.). При цьому вітчизняне виробництво автобусів зросло на 3,4% (до 831 тис. одиниць).

Таблиця 2.1

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

За: [74].

№ 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
	Всього	8 586	6 623	63,1	-22,9	

Провідними виробниками легкових автомобілів в Україні є корпорація "УкрАВТО" (ЗАТ "Запорізький автомобільний завод"), корпорація "Богдан" (ВАТ "Луцький автомобільний завод"), корпорація "Еталон" (Чернігівський "Автоплан") і ЗАТ "Єврокар". З 2018 року Запорізький автомобільний завод не виробляє легкові автомобілі, але продовжує випускати кузовні деталі. Пасажирські автомобілі, що випускаються "Єврокаром", становлять значну частку в загальному обсязі виробництва транспортних засобів. Динаміка

виробництва різних підгалузей української автомобільної промисловості представлена на рис. 2.2). Таким чином, найбільшу питому вагу в 2021 році становить виробництво машин й устаткування, що не віднесені до інших груп (39%), та виробництво інших транспортних засобів (25 %).

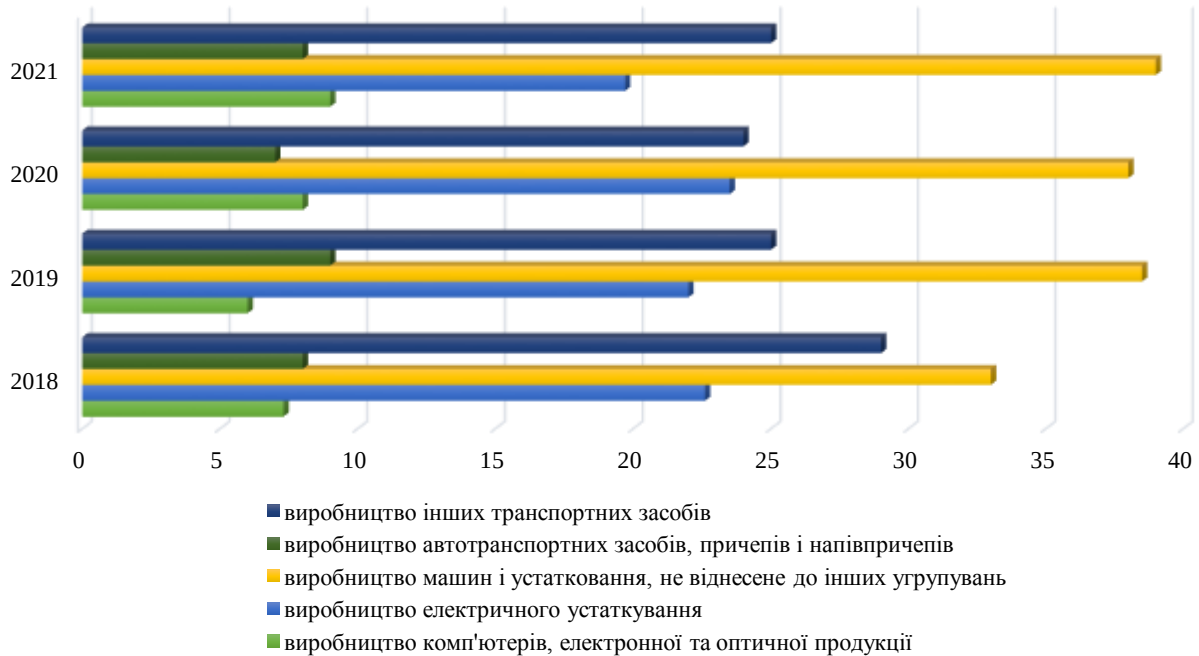


Рис. 2.2. Динаміка виробництва автомобільної промисловості України у 2018-2021 рр.

Побудовано автором за: [74]

Зупинимось детальніше на тенденціях розвитку експорту електричної проводки для автомобілів. Суттєвий спад експорту цієї продукції у період 2016-2017 рр. на 103,76 млн дол. США пов'язаний із політичною нестабільністю в країні і російською агресією на Сході України. Проте надалі експорт цієї продукції активно зростає (рис. 2.3). Так, у 2020 р. український експорт автомобільної проводки зріс порівняно з попереднім роком на 12,23 % (148.877,4 тис. дол. США) і становив 1.365.945,3 тис. дол. США, а станом на

2021 р. (січень-жовтень) зменшився на 15,7 % (до 214.449,7 тис. дол. США) і становив 1.151.495,6 (табл. Б1, Додаток Б).

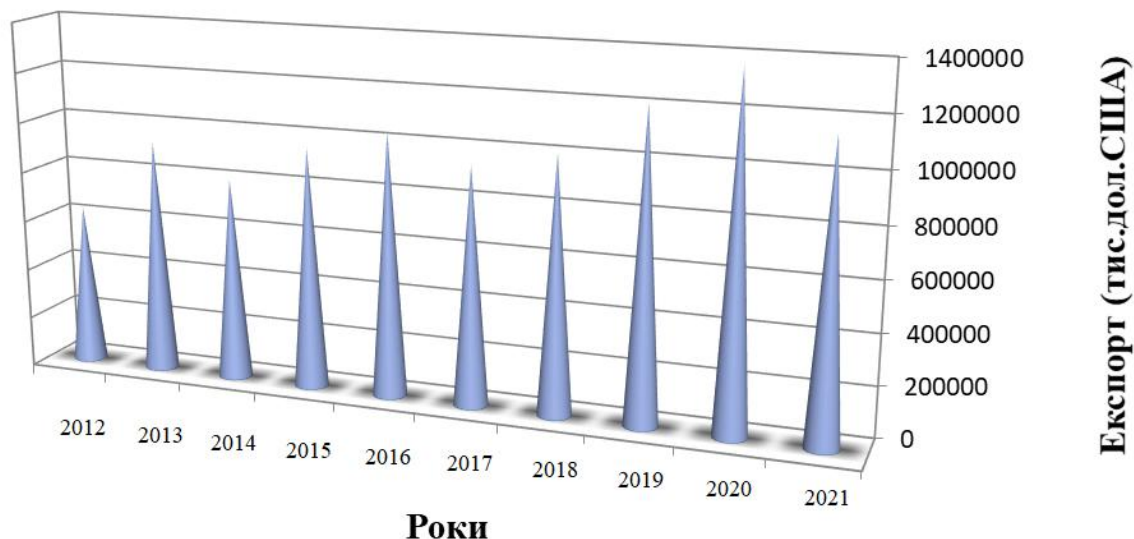


Рис. 2.3. Динаміка українського експорту комплектів проводки для свічок запалювання і комплектів проводів інших типів, що використовуються у моторних транспортних засобах у 2012-2021 рр.

Побудовано автором

Для визначення потенційних експортних ринків автомобільної проводки необхідно оцінити ринкову привабливість, конкурентоспроможність і ринкові можливості в країнах, які наразі імпортуються з України найбільшу кількість даної продукції (Німеччина, Угорщина, Польща та Чеська Республіка), а також у країнах з невеликою часткою експорту, але в яких очікується збільшення експорту (Словаччина, Румунія та Нідерланди). Попередня експертна оцінка потенційних зарубіжних ринків представлена в табл. В1 (Додаток В).

З таблиці В.1 можна зробити висновок, що експорт автомобільної електричної проводки найбільш сприятливий на ринки таких країн, як Нідерланди (106 балів), Німеччина (101 бал), Словаччина (95 балів), Чеська Республіка (94 бали) і Польща (93 бали). Однак Румунія й Угорщина також є досить привабливими країнами. Дійсно, одним із найважливіших факторів, що

роблять угорський та румунський ринки привабливими для вітчизняних компаній, є висока місткість ринку та ринкові фактори, що роблять їх ідеальними для експорту (високе зростання імпорту, низька інтенсивність конкуренції, висока частка наявних компаній на цих ринках). Однак через проблеми в політичній, правовій та економічній сферах ці країни не виглядають достатньо привабливими для експортних операцій порівняно з іншими дослідженими країнами.

Для більш детального аналізу привабливості різних ринків збуту та оцінки конкурентоспроможності вітчизняних виробників було проведено експертну оцінку. Результати узагальнено в таблицях 2.1 і 2.2 (аналіз привабливості та конкурентоспроможності ринку на прикладі Німеччини). При цьому індекс привабливості ринку (Q_K) ми розраховували за такою 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
Сума			190	267			58,39

За: розраховано автором

Для інших аналізованих країн (Нідерландів, Чехії, Словаччини, Польщі) значення цього показника становить відповідно 0,125; 0,124; 0,125; 0,127 (деталізований розрахунок коефіцієнтів конкурентних позицій вітчизняних компаній наведений у Додатку Д). Країни, що представлені у цьому дослідженні, характеризуються доволі незначними розбіжностями за показником привабливості ринку. Проте, згідно з результатами експертної оцінки, переваги у виборі й здійсненні експортних операції будуть надані Німеччині.

Після вибору ринків збуту доцільно провести аналізування конкурентних позицій українських підприємств на цьому ринку та інших ринках збуту для кінцевого вибору ринків для експорту комплектів проводки для автомобілів. Табл. 2.3 містить дані, що відображають розрахунки рівня конкурентних позицій (Q_p), яка розраховується за наступною формулою:

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

Розрахований за формулою (2.2) показник конкурентних позицій вітчизняних підприємств ($Q_p = 0,155$) свідчить також про перспективність співпраці з німецькими контрагентами порівняно з ринками інших країн (для Нідерландів даний показник становить 0,153; Словаччини – 0,153; Чехії – 0,150; Польщі – 0,151). На нашу думку, це можна пояснити передусім місткістю ринку даної країни та оцінюванням ймовірного фінансового результату. Більш детальніший розрахунок коефіцієнтів конкурентних позицій для вітчизняних підприємств наведений у Додатку Е.

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
Сума		40	147	210		1	61,56

За: розраховано автором

Головні маркетингові цілі на чеському та польському ринках є наступними: 1) підтримання постійних ділових стосунків з наявними партнерами; 2) поступовий відхід від бартерного обміну. Наші стратегічні цілі на ринках Нідерландів і Словаччини: 1) активний пошук нових партнерів на цих ринках; 2) захоплення нових ринкових ніш шляхом впровадження нових видів продукції на цих ринках. Наша діяльність на німецькому ринку передбачає значні зусилля щодо поліпшення якісних характеристик комплектів машинного кабелю. З цією метою ми плануємо налагодити співпрацю з німецькими автовиробниками та постачати їм кабельні мережі з їхнім маркуванням. Це означає експорт продукції під різними торговими марками на умовах франшизи. Така стратегія потягне за собою значні технічні вдосконалення у виробничому процесі та потребуватиме залучення додаткових іноземних інвестицій для закупівлі необхідного технічного обладнання.

Таким чином, вивчивши моделі участі вітчизняних підприємств у системах міжнародної виробничої кооперації, можна стверджувати, що основним експортним товаром в автомобільній промисловості є комплекти автомобільних проводів. Одним із найуспішніших заводів в Україні є Leonie Wiring Systems UA GmbH (чистий прибуток 143,9 млн євро). Найпривабливішими експортними ринками для налагодження міжнародної виробничої кооперації для вітчизняних компаній у цій товарній групі є Німеччина та Польща.

2.2. Аналізування ефективності коопераційних зв'язків в галузі автомобілебудування між Україною та Німеччиною

Основними пріоритетами нашої зовнішньоекономічної політики є досягнення повної інтеграції в міжнародну фінансово-економічну структуру, міжнародне співробітництво та ефективна участь у міжнародному поділі праці. Економічним підґрунтям створення необхідних передумов для позитивного розвитку України є активний пошук шляхів ефективного співробітництва з європейськими партнерами, поетапна реалізація пропозицій щодо приведення українського законодавства у відповідність до європейських стандартів, поліпшення інвестиційного клімату та ефективного фінансування України в Україну, а також посилення умов для підвищення інтересу іноземних інвесторів до України. У цьому відношенні Україна отримує спільні дії та підтримку з боку Європейської спільноти. При цьому співробітництво між Україною та Німеччиною вважається пріоритетним у зовнішньоекономічних зв'язках України. Незважаючи на обґрунтованість різних поглядів і теоретичних аспектів міжнародного співробітництва, на сьогоднішній день існує мало однозначних думок щодо оптимального використання інструментів міжнародного співробітництва для ефективнішої інтеграції України у світову економічну систему.

Для визначення конкурентних переваг вітчизняних підприємств автомобільної промисловості, які беруть участь у проєктах міжнародної виробничої кооперації, необхідно використовувати так званий індекс виявлених порівняльних переваг, який розраховується 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.

За результатами розрахунку індексу виявлених порівняльних переваг для товарної групи "Комплекти проводів свічок запалювання та інші види комплектів проводів, які використовуються в автомобілях, літаках і суднах" у 2021 році (рис. 2.5), Україна мала найбільшу порівняльну перевагу в торгівлі автомобільними компонентами (кабельні мережі транспортних засобів) у Німеччині (значення індексу RCA – 1,828), Угорщині (0,703), Румунії (0,682) та Словаччині (0,661). Традиційно вітчизняні фірми з такою спеціалізацією були також висококонкурентними на ринках Нідерландів, Португалії та Іспанії (повна таблиця результатів аналізу наведена в Додатку Е). Ці результати пов'язані з тим, що значна кількість автомобільних компаній, які розташовані в Україні, успішно беруть участь у системі виробничої кооперації (наприклад, Fujikura, Time & Space, Leonie Waring Systems UA GmbH).

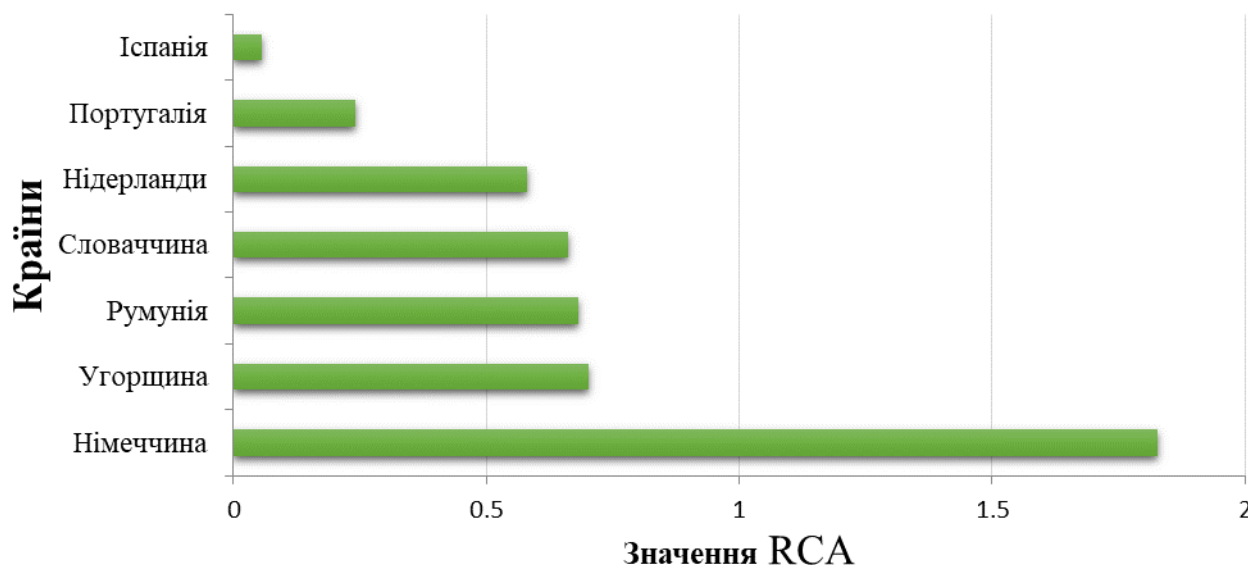


Рис. 2.5 Ранжування товарної групи «Комплекти проводки для свічок запалювання та комплекти проводки інших типів, що використовуються в моторних транспортних засобах, суднах та літаках» згідно з індексом виявлених порівняльних переваг (RCA) України у торгівлі з країнами Євросоюзу у 2021 р.

За: розраховано автором

Негативні показники порівняльної переваги України в торгівлі автомобільними кабельними мережами у 2021 році (рис. 2.6) спостерігаються на ринках Польщі (значення індексу RCA: -0,752), США (-0,528), Китаю (-0,526), Франції (-0,361), Чехії (-0,319), а також на низці інших ринків. Це підтверджує, що імпорт цієї товарної групи з цих країн в Україну налагоджений і зростає, і пов'язаний з діяльністю вітчизняних компаній, що спеціалізуються на виробництві автотранспорту (Богдан Моторс, Єврокар та ін.), які імпортують комплектуючі, необхідні для виробництва автомобілів.

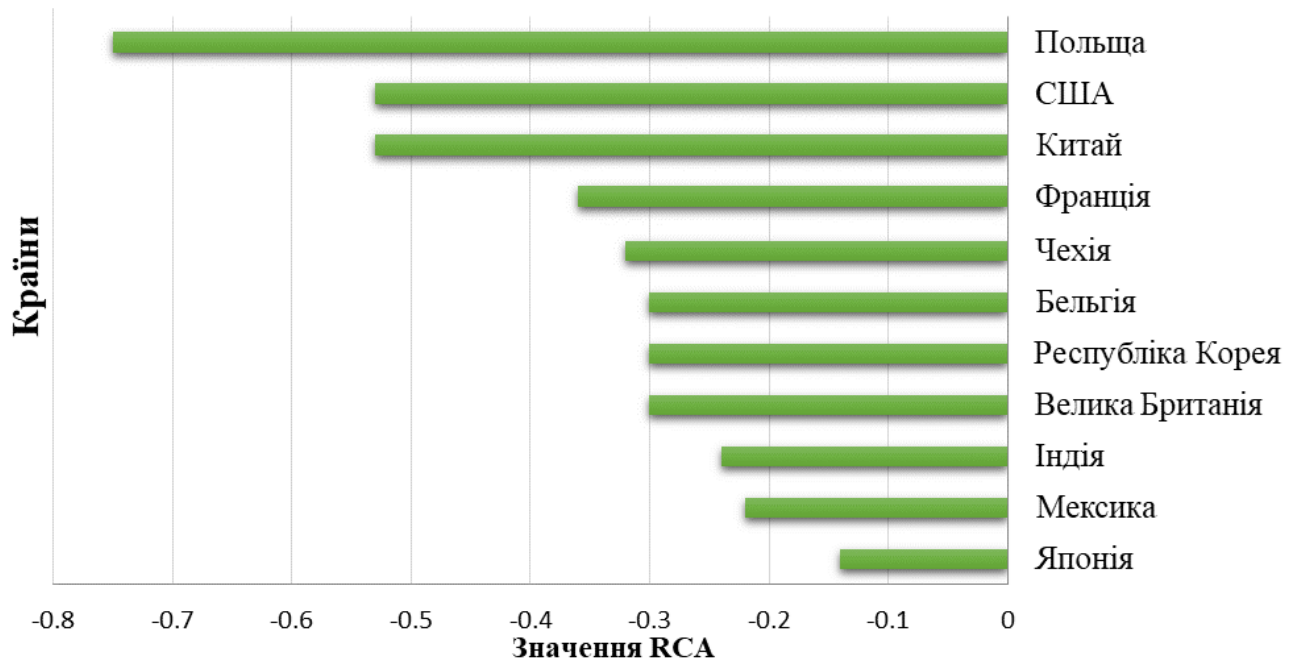


Рис. 2.6. Від'ємні значення індексів виявлених порівняльних переваг (RCA) в товарній групі «Комплекти проводки для свічок запалювання і комплекти проводки інших типів, що використовуються у моторних транспортних засобах у 2021 р.

За: розраховано автором

Україна експортує автомобільні кабельні мережі до 80 країн світу. Основними напрямками експорту цієї продукції є Німеччина (23 % експорту цієї товарної групи), Польща (22 %), Румунія (13 %) і Чехія (12 %). Це зумовлено наявністю великої кількості українських заводів, які є частиною співпраці з цими країнами та працюють на коопераційній основі. Іншими країнами зі значною часткою експорту є Угорщина (11%), Словаччина (9%) та Нідерланди (6%) (рис. 2.7) (Додаток 3).

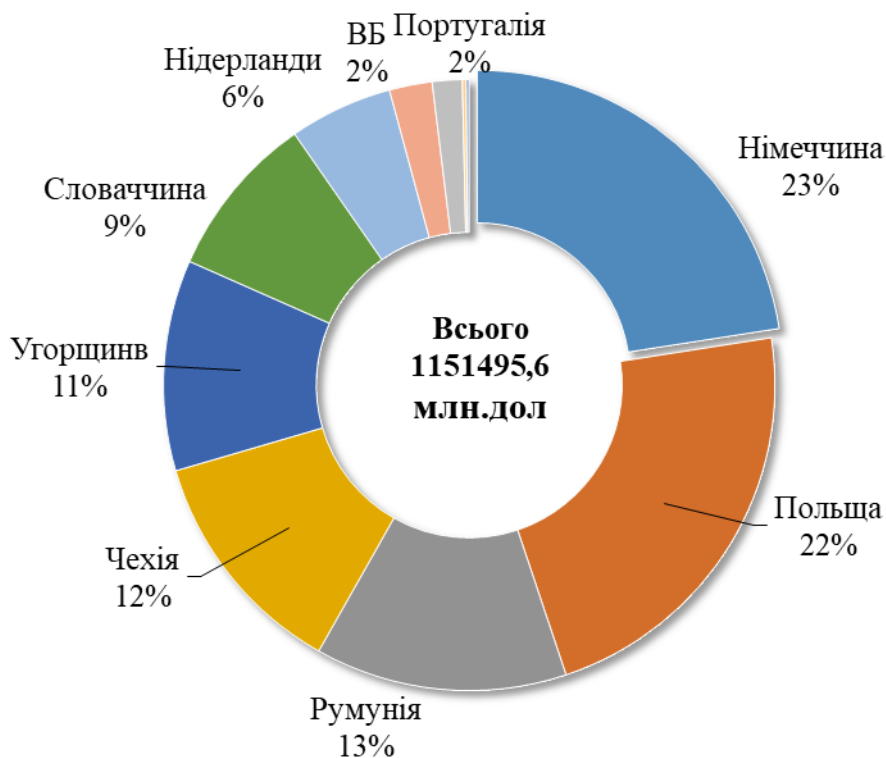


Рис. 2.7 Регіональна структура українського експорту комплектів проводки для свічок запалювання і комплектів проводки інших типів, що використовуються у моторних транспортних засобах у 2021 р.

Побудовано за: [74].

Імпорт автомобільних кабелів і проводки пов'язаний з діяльністю низки машинобудівних заводів в Україні. Виробництво легкових автомобілів в Україні зосереджено на Запорізькому автомобільному заводі, Кременчуцькому автоскладальному заводі, ТОВ "Єврокар" і корпорації "Богдан". В Україні протягом останніх довоєнних років випускались деякі моделі автомобілів, зокрема: ZAZ Forza, Lanos, Chance, Sens, Chevrolet Aveo, Kia, Hyundai, Chevrolet, SsangYong, Geely, Chery і Skoda. Вантажні автомобілі виробляються на ПАТ "АвтоКрАЗ", автобуси – на ПАТ "Автомобільна компанія "Богдан Моторс" (Луцький автомобільний завод), ПАТ "Бориспільський автомобільний завод", Львівський автобусний завод і Запорізький автомобільний завод.

Починаючи з 2010-2011 рр. в Україні активно будувалися автомобільні підприємства, що призвело до збільшення імпорту комплектів автомобільної проводки (рис. 2.8). Однак проблеми вітчизняної автомобільної промисловості, такі як відносно низькі техніко-економічні стандарти, нерозвинене виробництво комплектуючих, недостатній потенціал міжнародного науково-технічного співробітництва, повільне впровадження екологічних стандартів, знизили конкурентоспроможність і призвели до скорочення імпорту автомобільної проводки.

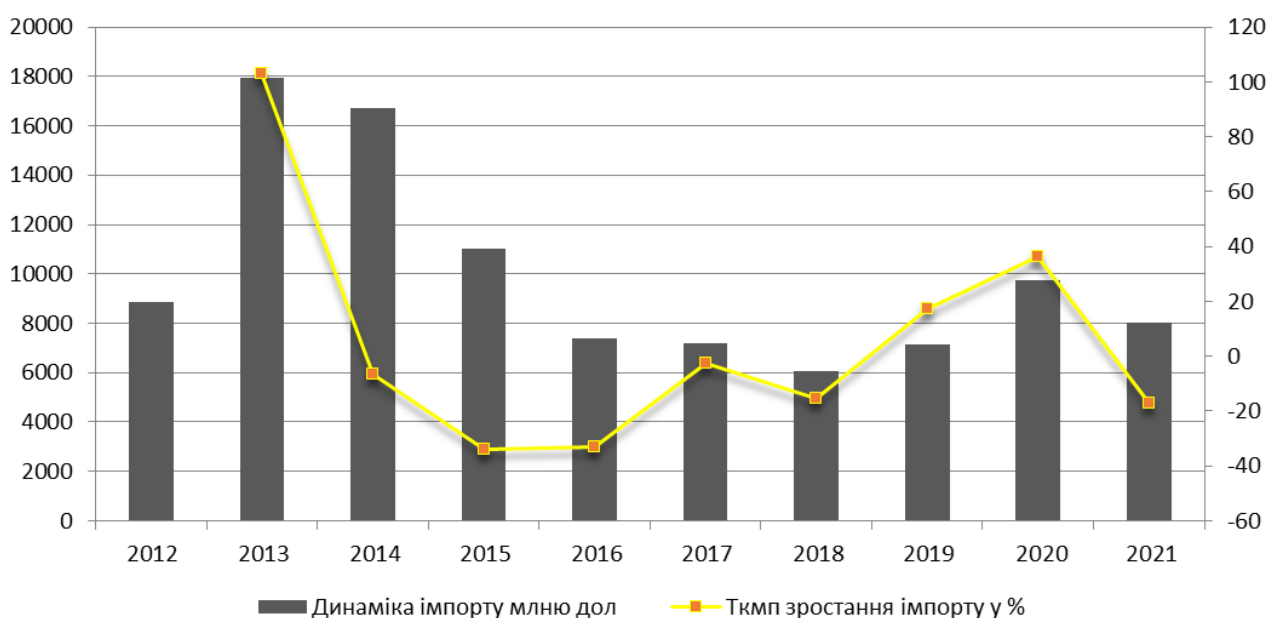


Рис. 2.8. Динаміка вітчизняного імпорту комплектів проводки для свічок запалювання та комплектів проводки інших типів, що використовуються в моторних транспортних засобах у 2012-2021 рр.

Побудовано автором за: [74].

Починаючи з 2014 р. в Україні йде війна з РФ, що фактично призвело до знищення цілої низки заводів на окупованих територіях. Проте, починаючи з кінця 2016 р. спостерігались активні реформи в Україні, поглиблення євроінтеграційних процесів та налагодження торговельних відносин з країнами Євросоюзу, що сприяло зростанню імпорту кабельних мереж. Так, у 2021 р.

імпорт цієї продукції зменшився на 17,3 % порівняно із попереднім роком (на 1.684,1 тис. дол. США) і становив 8.044 млн. дол. США (рис. 2.9) (дані подані також у Додатку Б).

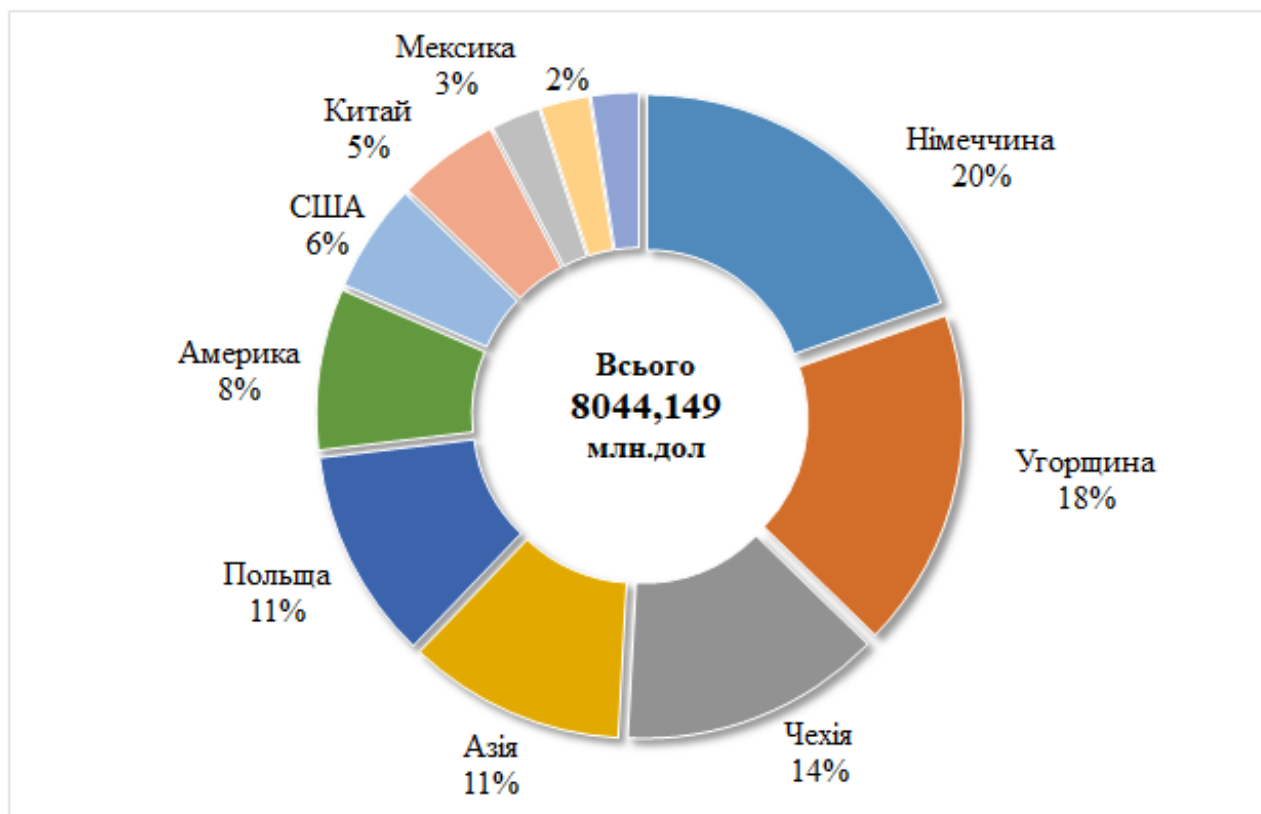


Рис. 2.9. Регіональна структура українського імпорту комплектів проводки для свічок запалювання і комплектів проводки інших типів, що використовуються у моторних транспортних засобах у 2021 р.

Побудовано автором за: [74].

Основними імпортерами автомобільної проводки в Україну є Німеччина (20 % імпорту), Угорщина (18 %) і Чеська Республіка (14 %). Імпорт також здійснюється з таких країн, як Угорщина (9 %), США (5 %), Китай (5 %), Румунія (5 %), Велика Британія (4 %), Франція (4 %) (рис. 2.8, Додаток К).

При порівнянні імпорту та експорту цих товарів сальдо зовнішньої торгівлі є позитивним (114.3451,4 млн дол. США у 2021 році), переважно за рахунок перевищення експорту над імпортом (рис. 2.10).

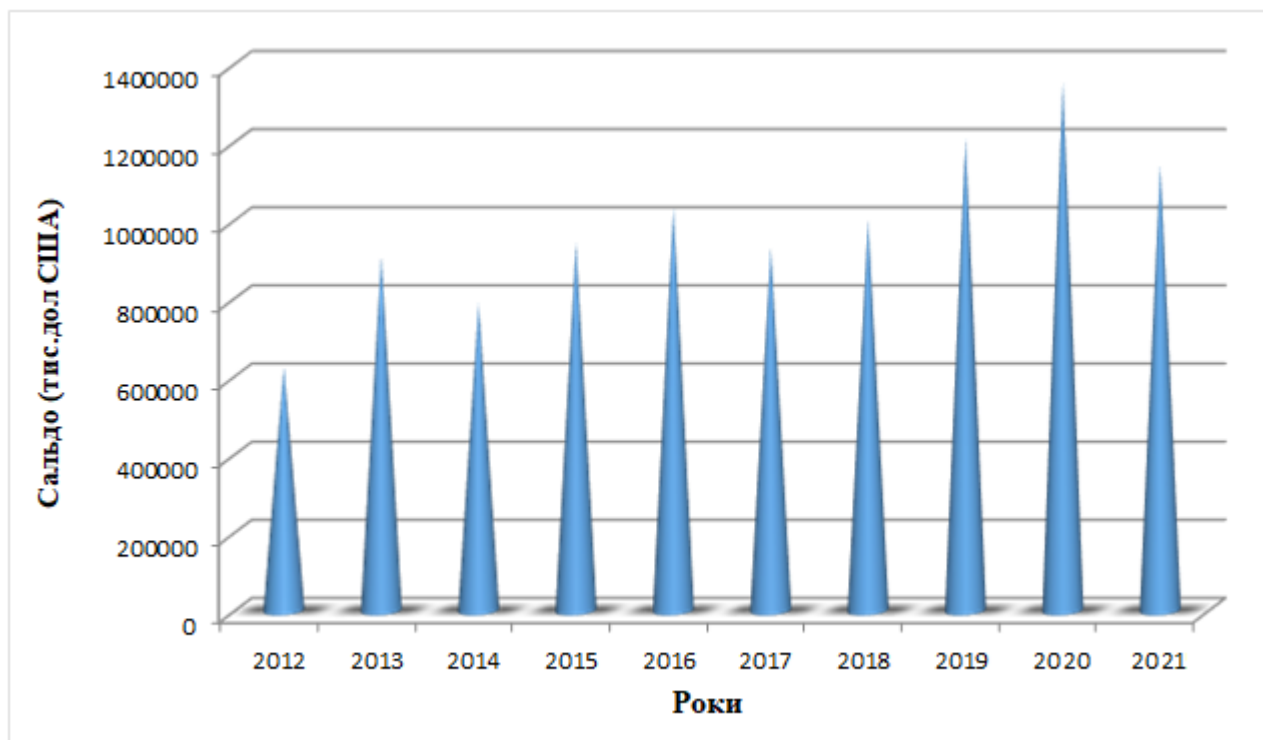


Рис. 2.10. Динаміка сальдо зовнішньої торгівлі України комплектами проводів для транспортних засобах у 2012-2021 рр. (тис. дол. США)

Побудовано автором за: [74].

При визначенні рівня стратегічного партнерства та подальшого перебігу інтеграції доцільно розрахувати показники взаємодоповнюваності (комплементарності) торговельно-економічних відносин між Україною та Німеччиною. Під час вивчення взаємодоповнюваності у структурі національних економічних систем країн-партнерів необхідно розрахувати низку показників і проаналізувати, чи дійсно економіки двох країн є взаємодоповнювальними, чи антагоністичними. Взагалі, термін "комплементарність" походить від французького слова "complementarite", що означає взаємодоповнюваність, взаємодоповнення або взаємодоповнюваність.

Під час аналізу взаємодоповнюваності у двосторонніх економічних відносинах між країнами-партнерами слід виокремити три основні рівні: 1) макрорівень, тобто рівень взаємодоповнюваності економік торговельних партнерів загалом; 2) мезорівень, тобто рівень, на якому товари різних галузей взаємодоповнюють одна одну відповідно, тобто міжгалузева взаємодоповнюваність; 3) мікрорівень, тобто взаємодоповнюваність на базі однієї фірми або фірм.

Для аналізу взаємодоповнюваності на макрорівні варто розрахувати індекс взаємодоповнюваності для двох торговельних партнерів. Індекс взаємодоповнюваності торгівлі показує, якою мірою структура імпорту торговельних партнерів відповідає структурі експорту відповідних країн, і, таким чином, надає корисну інформацію про торговельні перспективи країни. Індекс розраховується за такою формулою:

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

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

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

Якщо індекс дорівнює нулю, то країна не експортує жодних товарів або торговий партнер не імпортує жодних товарів, і 100, коли частки експорту та імпорту збігаються. Чим вищий даний індекс, тим вище співвідношення експорту в даній країні до імпорту іншої. Якщо країна показує високий індекс компліментарності для експорту, це означає, що дана країна бере участь в розподілі продукції як експортер компонентів. Навпаки, коли індекс компліментарності торгівлі компонентів для імпорту більший, це показує, що ця країна є учасником розподілу виробничих процесів як імпортер компонентів [2].

При визначенні пріоритетних напрямків розвитку зовнішньоторговельної політики України доцільно розрахувати показники компліментарності торговельних відносин України та Німеччини за основними товарними групами, на яких спеціалізується наша країна при участі у кооперативній системі (показник компліментарності мезорівня) (табл. 2.4), за формулою 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: [9; 74].

Економіки України та Німеччини досить добре доповнюють одна одну в розглянутих товарних групах, становлячи 75 %, що свідчить про великий потенціал двостороннього співробітництва. Крім того, приєднання України до

Зони вільної торгівлі ЄС у 2017 році дає вітчизняним виробникам усі можливості для збільшення експорту до Німеччини, але також виявляє ризики, пов'язані з посиленням конкуренції з боку імпорту на внутрішньому ринку. Звичайно, що повномасштабне вторгнення РФ в Україну призвело до сповільнення експорту продукції автомобільної промисловості з України до Німеччини.

Узагальнюючи результати дослідження участі вітчизняних компаній у міжнародній кооперації за проаналізованими товарними групами, можна зазначити, що більшу частину цієї продукції вітчизняні компанії експортують у Німеччину (23 % експорту в цій товарній групі). Це пов'язано з тим, що в Україні є заводи, які входять у рамки коопераційного співробітництва з Німеччиною та іншими країнами і забезпечують поставки продукції на умовах виробничої кооперації. Також продукція екпортується до Польщі (22 %), Румунії (13 %) і Чехії (12 %). Основними імпортерами електричної автомобільної проводки в Україну є Німеччина (20 % імпорту), Угорщина (18 %) і Чехія (14 %). Імпорт автомобільної проводки має тенденцію до збільшення у зв'язку з розвитком вітчизняних автомобільних підприємств. Оскільки експорт перевищує імпорт, сальдо зовнішньої торгівлі позитивне і продовжує зростати. Крім того, економіки України та Німеччини значною мірою доповнюють одна одну (на 75 %), що свідчить про великий потенціал двостороннього співробітництва на коопераційних засадах.

2.3. Емпіричне оцінювання впливу інвестиційного співробітництва на розвиток міжнародного кооперування в автомобільній промисловості

Аналіз інтенсивності розвитку виробничих кооперативних зв'язків України під впливом залучення прямих іноземних інвестицій неможливий без використання економетричних і математичних моделей. Особливо важливо використовувати економетричні моделі для визначення взаємозалежності:

проаналізуємо обсяг іноземних інвестицій, що надходять в Україну у довоєнних 2010-2021 роках, їхні основні напрями та джерела вкладення.

Як видно з рисунка 2.11, найнижчий рівень припливу прямих інвестицій в Україну припав на 2014 рік. Це пов'язано з нестабільною політичною ситуацією, війною на сході країни та окупацією Криму. Крім того, корупція, неефективна судова система, нечітке законодавство, корумповані адміністративні органи, високий рівень бюрократії, непрацююча система повернення ПДВ і технічні бар'єри в торговельних і митних процедурах створювали негативний імідж України.

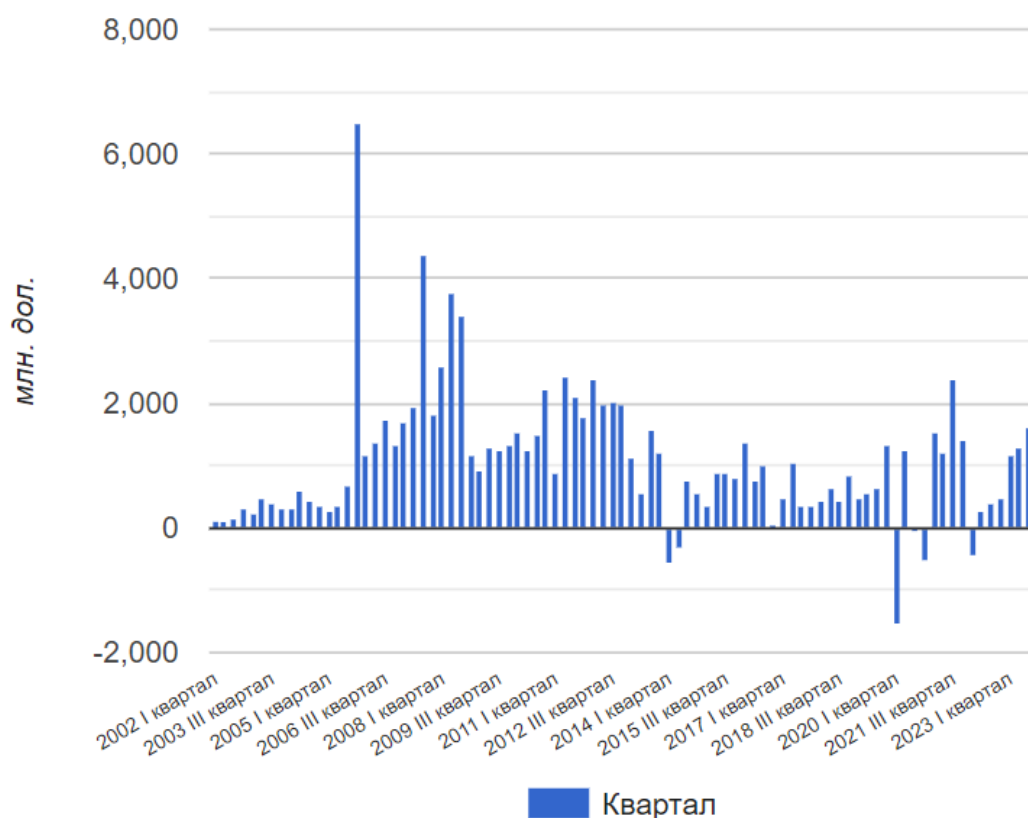


Рис. 2.11. Прямі іноземні інвестиції в Україну, млн. дол. США за 2002-2023 рр.

За:[74].

Навіть в умовах повномасштабної війни, за даними НБУ, прямі іноземні інвестиції в Україну у 1 кварталі 2023 року збільшилися на 703 млн дол. США

або на 148% порівняно з попереднім кварталом. Станом на кінець 1 кварталу 2023 р. рівень прямих іноземних інвестицій (ПІІ) в Україну становив 1179 млн дол. США, що на 703 млн дол. США, або 148% більше, ніж кварталом раніше. При цьому мінімальний рівень ПІІ за останні 4 квартали становив 260 млн дол. США, а максимальний – 1179 млн. дол. США.

До основних країн-інвесторів належать Кіпр – 388,8 млн дол. США (25,6 %), Нідерланди – 295,1 млн дол. США (16,1%), Велика Британія – 5,5 %, Німеччина – 4,6 %, Віргінські Острови (Британські) – 4,1 % та Швейцарія – 3,9 %. Спостерігається зменшення інвестицій з Угорщини на 250,6 млн дол (до 0,31 млрд дол. США) [55].



Рис. 2.12. Галузева структура прямих інвестицій в Україну у 2021 році
За: [74]

Як видно з рис. 2.12, більшу частину ПІІ спрямовано в промисловість (34%), оптову та роздрібну торгівлю, ремонт транспортних засобів (16%) і фінансову та страхову діяльність (11%).

Іноземні інвестори також зацікавлені в операціях з нерухомістю (405,3 млн дол. США, 12%), інформації та зв'язку (7%) і професійної, наукової та технічної діяльності (7%). Міжнародні індекси та рейтинги оцінюють фактори, що впливають на інвестиційний клімат країни. Тому значення індексу інвестиційної привабливості, що розраховується Європейською бізнес-асоціацією, є важливим показником для потенційних інвесторів [1].

Індекс складається з трьох компонентів: оцінка інвестором попереднього періоду, прогноз на наступний період і поточна ситуація. Індекс вимірюється кожні шість місяців і має базове значення. Таким чином, найвища оцінка в 5 балів вважається позитивним інвестиційним середовищем, що не має перешкод і ризиків для інвесторів; оцінка в 3 бали вважається нейтральною, а оцінка нижче 3 балів вказує на несприятливе інвестиційне середовище [30].

Інтегральний показник Індексу інвестиційної привабливості України наприкінці 2022 року дещо відновився і становив 2,48 з 5 балів. Це можна порівняти зі значенням 2020 року під час активної фази пандемії COVID-19 (рис. 2.13). Повномасштабна військова агресія росії проти України залишається головним чинником, що негативно впливає на інвестиційний клімат, за ним слідує атаки на енергетичну систему України та корупція. Серед небагатьох позитивних змін лідери бізнесу високо оцінюють надання Україні статусу кандидата в члени ЄС, скасування тарифів і квот на український експорт, а також "режим скасування транспортних віз" з ЄС. Україна посідає 131-е місце в глобальному рейтингу інвестиційної привабливості [55]. Таким чином, Україна є нейтрально інвестиційно привабливою країною з негативними факторами, які необхідно нівелювати для залучення іноземних інвестицій.

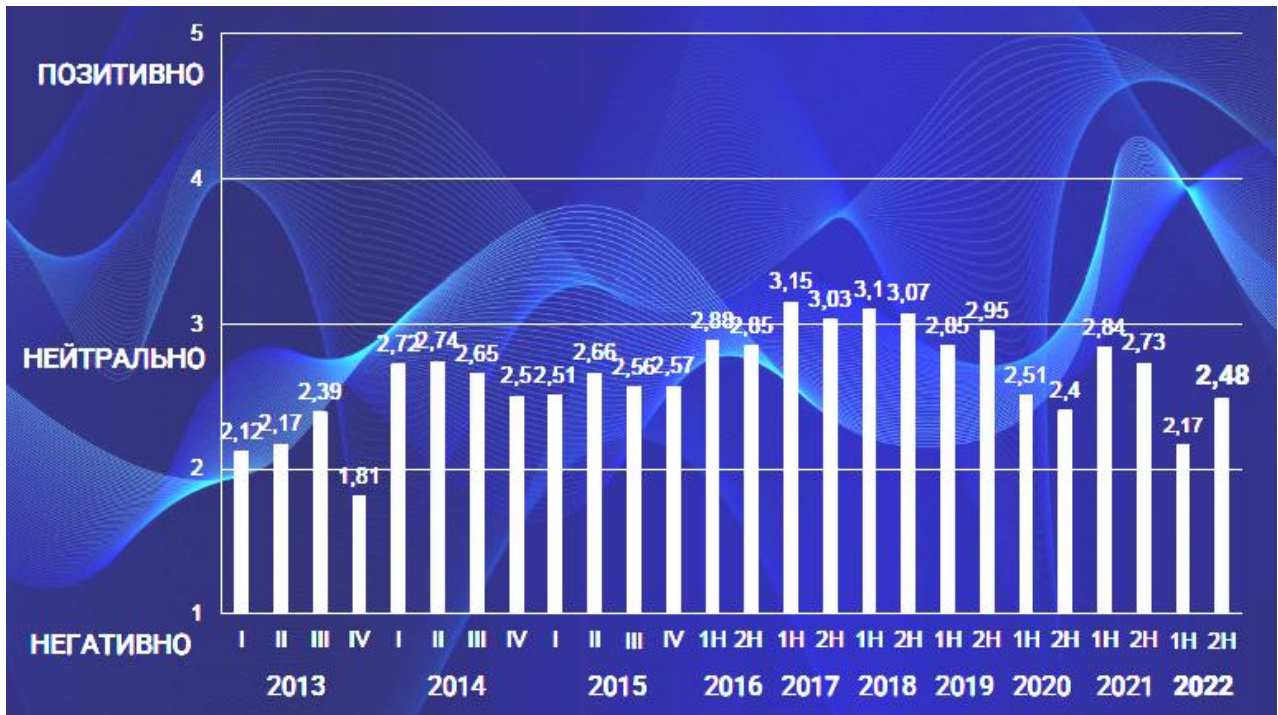


Рис. 2.13. Динаміка Індексу інвестиційної привабливості України у 2013-2022 рр.

За: [55].

У цьому дослідженні ми використовуємо економічний пакет Eviews для отримання емпіричної оцінки впливу інвестицій на розвиток і зміцнення міжнародного співробітництва в автомобільній промисловості. Для проведення дослідження методом малих квадратів (ММК) ми використовуємо показники: прямих іноземних інвестицій (FDISM) – вибірку квартальних даних про прямі іноземні інвестиції (в дол. США) в Україну за період 2007-2021 рр. та відповідно експорту (EXPORTSM) – групу XVI: Машини, устаткування, верстати та електрообладнання, товари експорту, тобто підгрупу електричних машин (в дол. США), яка включає експорт комплектів автомобільної проводки, на які припадає найбільша частка у виробництві вітчизняних компаній у межах міжнародної виробничої кооперації (рис. 2.14).

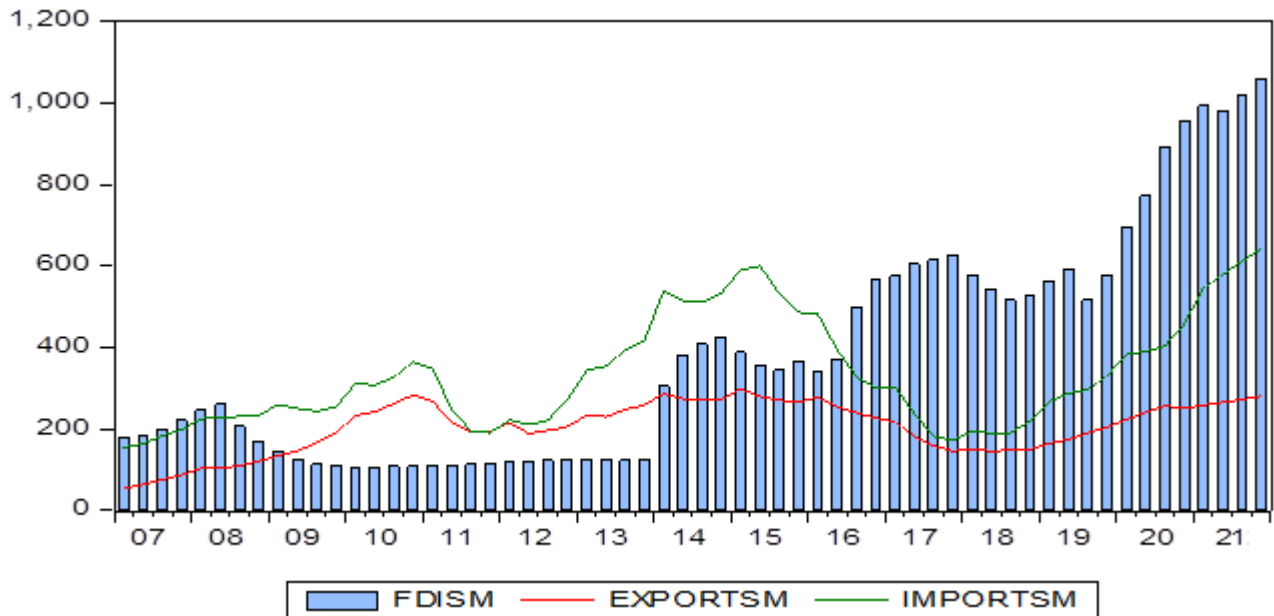


Рис. 2.14. Прогнозовані дані прямих інвестицій, експорту та імпорту машин та обладнання у період з 1Q2007 року по 4Q2021 року

За: побудовано автором

Для вирівнювання поквартальних даних FDI та EXPORTGOODS було здійснено процедуру їх вирівнювання (рівняння 2.6).

$$\text{EXPORTSM} = \frac{184.2}{(13.38)} + \frac{0.06}{(1.93^{**})} \quad (2.6)$$

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

Також варто простежити вплив прямих інвестицій (FDI) на IMPORTSM - імпорт вибраної нами товарної групи, як одного з основних показників товарної структури зовнішньої торгівлі у межах МВК (рівняння 2.7).

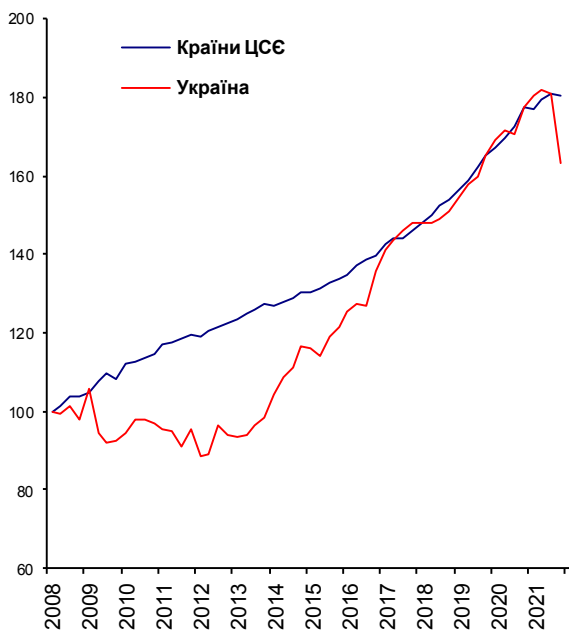
$$\text{IMPORTSM} = \frac{251.36}{(9.26)} + \frac{0.22}{(3.77^{**})} \quad (2.7)$$

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

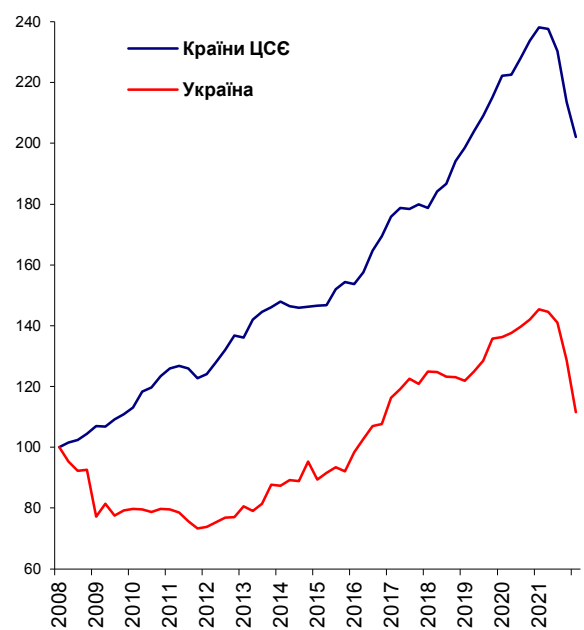
Згідно з рівняннями 2.6 і 2.7, можна дійти висновку, що інвестиції впливають на експорт та імпорт, але коефіцієнти регресії не мають статистичної значущості; значення Prob(F-статистика) становлять 0,06 для експорту та 0,05 для імпорту, що частково підтверджує нашу гіпотезу, але коефіцієнт детермінації показує свою нестійкість.

Для емпіричної оцінки впливу країн ЦСЄ на показники української економіки ми використовуємо тест причинності Гренджера для аналізу взаємного причинно-наслідкового зв'язку між виробничими показниками в автомобільній промисловості та ВВП країн ЦСЄ і України. Потім для емпіричної оцінки функціональної залежності використовують методи 2SLS і VAR/VEC.

На рис. 2.15 показано показники виробництва і ВВП автомобільної промисловості України та відповідні індекси для країн ЦСЄ з коефіцієнтами, розрахованими на основі середньозваженого значення за чотирма країнами: Польща: 0,53; Угорщина: 0,18; Чехія: 0,21; Словаччина: 0,08. Усі показники взяті з довідника МВФ "Міжнародна фінансова статистика". Показники по країнах Балтії не включені через відсутність відповідних даних.



а) ВВП



б) промислове виробництво

Рис. 2.15. Показники доходу ВВП та виробництва в автомобільній галузі країн ЦСЄ та України, індекс (2008 = 100%)

Примітка: очищено від сезонності

За: побудовано автором

Тест причинності Гренжера дає змогу визначити залежність найважливіших показників виробничої кооперації автомобільної промисловості України – промислового виробництва, ВВП та інвестицій – від співробітництва з країнами ЦСЄ як основними й успішними партнерами, що виявляються взаємопов'язаними для цієї галузі (табл. 2.5); гіпотеза про те, що промислове виробництво в рамках виробничої кооперації країн ЦСЄ не впливає на відповідні показники української економіки, може бути відкинута на рівні статистичної значущості 1%. Водночас у випадку з ВВП спостерігається зворотна залежність, коли зростання національного ВВП_{UKR} впливає на ВВП_{CEE}. Цей результат показує, що залежність української економіки від співпраці з країнами ЦСЄ не є односпрямованою.

Таблиця 2.5

Тест Гренджера щодо взаємної причинності динаміки економічного зростання у країнах ЦСЄ і найважливішими показниками розвитку економіки України та процесів виробничої кооперації у автомобільній галузі

Гіпотеза	Часові лаги			
	1	2	3	4
<i>INDCEE</i> не впливає на <i>INDUKR</i>	9,7880 (0,001*)	16,2200 (0,001*)	7,5820 (0,001*)	4,9010 (0,002*)
<i>INDUKR</i> не впливає на <i>INDCEE</i>	0,2790 (0,598)	5,0340 (0,009*)	3,2000 (0,030**)	2,8410 (0,034**)
<i>GDPCEE</i> не впливає на <i>GDPUKR</i>	1,7180 (0,195)	0,7150 (0,493)	0,5990 (0,618)	0,3940 (0,911)
<i>GDPUKR</i> не впливає на <i>GDPCEE</i>	13,9180 (0,001*)	3,5520 (0,036**)	1,7800 (0,164)	3,7540 (0,010*)
<i>GDPCEE</i> не впливає на <i>CPIUKR</i>	6,7000 (0,012**)	7,5540 (0,001*)	17,5890 (0,001*)	2,8730 (0,033**)
<i>CPIUKR</i> не впливає на <i>GDPCEE</i>	1,6020 (0,210)	0,2950 (0,745)	0,4870 (0,693)	0,2960 (0,878)
<i>INDCEE</i> не впливає на <i>INVUKR</i>	5,7590 (0,003*)	22,8200 (0,001*)	9,7120 (0,001*)	5,4940 (0,003*)
<i>INVUKR</i> не впливає на <i>INDCEE</i>	0,2650 (0,849)	0,1170 (0,733)	0,3740 (0,690)	0,6840 (0,610)

За: побудовано автором

Вплив ВВП країн ЦСЄ на рівень інфляції споживчих цін в Україні є дуже чітким, що відповідає причинно-наслідковому зв'язку між промисловим виробництвом та інфляцією в країнах ЦСЄ в рамках виробничої кооперації ЄС. Промислове виробництво в країнах ЦСЄ впливає на інвестиції в українську економіку в контексті активної виробничої кооперації. Це вплив, що дає змогу розглядати європейську інтеграцію як позбавляючий фактор інвестиційного процесу.

Для більш детального вивчення взаємозалежності показників внутрішнього промислового виробництва та імпорту/експорту автомобільної промисловості від розрахованого індексу промислового виробництва в автомобільній промисловості країн ЦСЄ було використано таку модель:

$$\begin{aligned} \text{indukr}_t = & -0,011 + 0,101 \text{exp ort}_t + 0,678 \text{indcee}_t \\ & (-1,798^{***}) \quad (1,773^{***}) \quad (2,717^*) \\ & R^2 = 0,157 \quad DW = 2,183 \end{aligned} \quad (2.8)$$

$$\begin{aligned} \text{exp ort}_t = & -0,027 + 0,280 \text{import}_t + 2,664 \text{indcee}_{t-1} \\ & (-1,668^{***}) \quad (1,807^{***}) \quad (3,673^*) \\ & R^2 = 0,243 \quad DW = 2,246 \end{aligned} \quad (2.9)$$

$$\begin{aligned} \text{import}_t = & 0,318 \text{indukr}_t + 0,396 \text{exp ort}_t + 1,053 \text{indcee}_{t-1}, \\ & (1,317) \quad (1,807^{***}) \quad (3,673^*) \\ & R^2 = 0,337 \quad DW = 1,881 \end{aligned} \quad (2.10)$$

де indukrt – виробництво автомобільної галузі в Україні, indceet – промислове виробництво країн ЦСЄ (2.8), exportt та importt – обсяги експорту й імпорту продукції автомобільної промисловості в Україні. Усі показники використані у вигляді перших різниць логарифмів відповідних змінних. Проведене оцінювання системи одночасних регресійних рівнянь (2.9) та (2.10)

дозволяє стверджувати, що пришвидшення промислового виробництва країн ЦСЄ має наступний вплив:

а) стимулювання динаміки промислового виробництва в Україні (на кожен 1 відсотковий пункт зростання промислового виробництва в автомобільній промисловості в країнах ЦСЄ вітчизняний показник збільшується на 0,68%);

б) збільшення внутрішнього експорту (зростання на 2,66%);

в) збільшення внутрішнього імпорту (+1,05%).

Таким чином, вплив країн ЦСЄ на українську економіку є явно позитивним (вплив на експорт у 2,5 раза перевищує вплив на імпорт), включно з тенденцією до збільшення торговельного балансу.

$$\begin{aligned} invest_t = & -0,330invest_{t-1} + 0,767indcee_t, \\ & (-1.956^{***}) \quad (1,9163^{**}) \quad (2.11) \\ & R^2 = 0,09 \quad DW = 2,23 \end{aligned}$$

Позитивний вплив промислового виробництва в автомобільному секторі на динаміку внутрішніх інвестицій у країнах ЦСЄ є доволі очевидним, проте відносно низька статистична значущість високого коефіцієнта 10 % може означати, що цей вплив є нестабільним (рівняння 2.11).

Дослідження показує, що розвиток торговельних відносин із країнами ЦСЄ є одним з етапів інтеграції України до ЄС: поступова інтеграція до економічного простору ЄС поставила перед Україною такі короткострокові та середньострокові завдання в галузі зовнішньої торгівлі:

- подальша лібералізація торговельного режиму;
- розширення співпраці в межах зони вільної торгівлі;
- підписання двосторонніх угод про вільну торгівлю з країнами ЦСЄ.

Якщо припустити, що іноземні інвестиції стануть невід'ємною частиною процесу промислової глобалізації та кооперації і відіграватимуть важливу роль на внутрішньому промисловому та фінансовому ринку в процесі післявоєнної

відбудови економіки України, то інтеграція України в систему міжнародних промислових відносин може мати безліч позитивних наслідків. Збільшення пропозиції з боку кредиторів та інвесторів, приплив середньо- та довгострокового капіталу призведуть до зниження відсоткових ставок, підвищення ліквідності фінансових інструментів і створять сприятливі умови для розвитку промислових ринків (зокрема, автомобільної промисловості, однієї з найперспективніших вітчизняних галузей).

Однак емпіричні дослідження показують, що вплив іноземних інвестицій на економічні показники є досить суперечливим. Для того щоб звести до мінімуму можливі негативні наслідки та отримати вигоду з міжнародного співробітництва, необхідні ефективна ринкова інфраструктура, відповідна політика регулювання і сприятливе макроекономічне середовище. Крім того, участь країн, що розвиваються, у процесах глобалізації та співробітництва наражає їх на ризик фінансового стресу, спричиненого різними зовнішніми потрясіннями, і вимагає особливого регулятивного контролю відповідно до національних інтересів.

Висновки до розділу

1. В Україні існує низка підприємств, які беруть участь у системі міжнародної виробничої кооперації. Серед найуспішніших компаній в автомобільному секторі – Leonie Walleng Systems UA, Fujikura, "Карпати", Torchprylad і Tyco Electronics UK, що спеціалізуються здебільшого на виробництві транспортних кабельних мереж (проводка, ізоляція та дроти). Компоненти українського виробництва використовують такі автомобільні бренди, як Volkswagen, BMW, Mercedes, Ferrari, Porsche, Audi, Fiat і Nissan. Одним із найуспішніших заводів в Україні є Leonie Waring Systems UA (чистий прибуток 143,9 млн євро). На зовнішніх ринках найпривабливішими країнами з

точки зору конкурентоспроможності та ефективності співробітництва в цій сфері з вітчизняними компаніями є Німеччина та Польща.

2. Згідно з дослідженням участі вітчизняних підприємств у міжнародних коопераційних зв'язках за даною товарною групою, вітчизняні підприємства експортують більшу частину даної продукції в Німеччину (23 % від експорту даної товарної групи). Це пов'язано з тим, що в Україні є заводи, які входять у рамки співробітництва з Німеччиною та іншими країнами і забезпечують платні поставки сировини. Продукція також експортується до Польщі (22%), Румунії (13%) і Чехії (12%). Основними імпортерами автомобільної проводки в Україну є Німеччина (20 % імпорту), Угорщина (18 %) і Чехія (14 %). Імпорт автомобільної проводки до війни мав тенденцію до збільшення у зв'язку з розвитком вітчизняних автомобільних підприємств. Оскільки експорт перевищує імпорт, сальдо зовнішньої торгівлі позитивне і зростало у довоєнний період. Крім того, економіки України та Німеччини сильно доповнюють одна одну (рівень комплементарності становить 75 %), що свідчить про великий потенціал двостороннього співробітництва.

3. Емпіричні дослідження показують, що вплив іноземних інвестицій на економічні показники розвитку автомобільної галузі досить суперечливий. Для того, щоб звести до мінімуму можливі негативні наслідки та отримати вигоду від міжнародного співробітництва, необхідно створити ефективну ринкову інфраструктуру, відповідну регуляторну політику та сприятливе макроекономічне середовище. Крім того, участь країн, що розвиваються, у процесах глобалізації та співробітництва наражає їх на ризик фінансового стресу, спричиненого різноманітними зовнішніми потрясіннями, і вимагає особливого регулятивного контролю відповідно до національних інтересів.

РОЗДІЛ III МЕХАНІЗМИ ПОСИЛЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УЧАСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ АВТОМОБІЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ У ПРОЦЕСАХ МІЖНАРОДНОЇ ВИРОБНИЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

3.1. Стратегічні напрями активізації участі українських підприємств у міжнародній виробничій кооперації

Досвід інших країн показує, що багато хто з них досягли високого рівня розвитку за рахунок пріоритетного розвитку автомобільної промисловості як наукомісткого сектора економіки. Цьому сприяли такі чинники, як коротка тривалість технологічного циклу, можливість масового серійного виробництва автомобілів та їхніх компонентів, швидка оборотність коштів, можливість спрямування особистих заощаджень покупців у виробництво, а також збільшення обсягів виробництва і створення нових робочих місць у цій галузі [78, с 40]. Основними проблемами ефективності участі в міжнародній виробничій кооперації українських компаній, що спеціалізуються на автомобільній промисловості, є відносно низький техніко-економічний рівень, відсутність науково-технічних досліджень у даній галузі, низька інвестиційна привабливість через політичну та економічну нестабільність у країні, затримки із впровадженням екологічних стандартів, проблеми утилізації відходів. проблеми.

Близько 12 мільйонів людей в ЄС працюють в автомобільній промисловості та суміжних галузях. Автомобільна промисловість є двигуном зростання та основою економічного процвітання. За даними дослідників, на одне робоче місце, створене в автомобільній промисловості, припадає сім-вісім робочих місць у суміжних галузях, таких як металургія, нафтохімія, електроніка та сфера послуг. Основними тенденціями в автомобільній промисловості ЄС є: захисні права, що зміцнюють інтелектуальну власність, підвищена увага до інновацій, екологічні проблеми та постійне оновлення технічних стандартів. постійне оновлення технічних стандартів.

Сьогодні поглиблення промислового співробітництва з європейськими країнами є важливим завданням. Розширення співпраці в автомобільному секторі допоможе українській економіці відійти від нинішнього становища сировинної периферії світового "центру", а також дасть змогу вирівняти платіжний баланс за рахунок збільшення експорту високотехнологічної, якісної та конкурентоспроможної продукції.

Використання Україною переваг міжнародного поділу праці можна розглядати як ефективний стратегічний напрям, що веде до більшої спеціалізації та концентрації виробництва, як на великих підприємствах, так і в окремих країнах. Це дасть змогу використовувати сучасне обладнання і технології, знизити витрати на виробництво одиниці продукції та підвищити продуктивність праці. Українському бізнесу та відповідним державним і дипломатичним установам необхідно активізувати роботу з розширення участі України в міжнародному співробітництві, особливо з ЄС.

Економічна дипломатія України має долучатися до міжнародного співробітництва, зокрема з ринком ЄС, для того щоб здійснити такі кроки:

- визначення цілей співробітництва;
- вибір партнерів з міжнародного співробітництва;
- вибір сфер і секторів діяльності;
- визначення інструментів прийняття рішень;
- вибір форм співпраці;
- урахування впливу різних чинників, таких як ризики, вигоди, привабливість тощо;
- врахування впливу різних чинників, таких як ризики, вигоди, привабливість, стимули, державна допомога, створення рамкових умов тощо;
- використання механізмів державної допомоги та підтримки;
- створення координаційних центрів зі співробітництва [105].

Під час укладення угод про спеціалізацію та кооперацію, спрямованих на концентрацію виробництва, необхідно враховувати такі факти. Перше - партнери орієнтовані на розв'язання простих завдань, пов'язаних з обміном товарами, ефективність яких незначна, а співпраця має короткостроковий або тимчасовий характер. Друга - створення сучасної системи виробництва і збуту та уточнення відповідних часток, зобов'язань та інтересів учасників співпраці.

Нині Німеччина найефективніше використовує переваги міжнародної кооперації, і успішна реалізація цієї моделі призвела до того, що до 48 % її експорту фінансується за рахунок спільних поставок, що ґрунтуються на довгостроковій спільній діяльності [84]. При визначенні завдань і напрямів діяльності економічних і дипломатичних організацій з організації участі українських компаній у міжнародному співробітництві (особливо в автомобільній промисловості) важливо враховувати складові сучасної моделі співробітництва, продемонстрованої в Німеччині:

- По-перше, чинники, що визначають розподіл співробітництва;
- По-друге, визначення сфери співробітництва;
- По-третє, групування та аналіз потенційних економічних ефектів, які можуть бути позитивними для майбутньої кооперативної діяльності;
- по-четверте, систематизація можливих прихованих ризиків у результаті співпраці між партнерами [105].

В експортній діяльності використання кооперативної моделі дає важливі переваги, в тому числі:

- можливість запропонувати покупцям і споживачам найвигідніші ціни;
- надання додаткових товарів і послуг;
- відкриття і завоювання нових зарубіжних ринків;
- завоювання нових споживачів і клієнтів;
- виконання складних і комплексних замовлень клієнтів;
- обмеження реклами, оптимізація збутової діяльності і логістики [98].

Проведені дослідження та опрацьовані джерела інформації дозволили здійснити SWOT-аналіз у вигляді матриці, де наведені сильних і слабких сторін участі українських підприємств у проектах міжнародної виробничої кооперації в автомобільній галузі, а також можливості та загрози, що можуть виникнути під дією ряду об'єктивних та суб'єктивних факторів (табл. 3.1).

Таблиця 3.1.

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

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Відносно низький рівень собівартості продукції (відносно низький рівень витрат на заробітну плату та сировину). 2. Висококваліфікований інженерний та технічний персонал. 3. Значні можливості цінової конкуренції 4. Вигідне географічне розташування країни. 5. Наявний досвід виробництва комплектуючих до різних класів автомобілів	1. Політична та економічна нестабільність сприяє зменшенню інвестиційної привабливості. 2. Відсутність державної підтримки і стимулювання розвитку міжнародної виробничої кооперації. 3. Потреби в інвестиції з метою модернізації застарілих виробничих потужностей. 4. Необхідність підвищення рівня якості продукції 5. Зношення основних фондів (в середньому на 70-80%).
Можливості	Загрози
1. Потенціал розробки нової якісної продукції. 2. Високий інтерес іноземних інвесторів до галузі. 3. Побудова нових підприємств й заводів, удосконалення вже існуючих 4. Створення нових робочих місць. 5. Кооперація із потужними зарубіжними компаніями світового рівня. 6. Розвиток кооперації одночасно із західними й азійськими виробниками.	1. Зниження попиту на продукцію вітчизняних підприємств у випадку відсутності виробничого та технологічного розвитку. 2. Посилення конкуренції з боку європейських, бразильських, китайських та американських виробників. 3. Подальша сегментація ринку без безпосередньої участі українських підприємств. 4. Можливі погіршення стосунків з країнами, з якими приймається участь в проектах кооперації, що може спричинити до значних збитків. 5. Нарощення імпорту готової продукції, що може вироблятися в Україні.

Складено автором

Однак існує низка проблем, які можуть перешкоджати розвитку міжнародного коопераційного промислового співробітництва:

1. Повномасштабна війна, розв'язана РФ проти нашої країни, що призводить до дестабілізації політичної та економічної ситуації і соціальної напруженості.

2. Значна частина підприємств автомобільної промисловості у довоєнний період була залучена до співробітництва з країнами СНД, відповідно розгортання війни призвело до виведення капіталу і скорочення промислового виробництва.

3. Недостатні капіталовкладення через високі ризики та неефективне законодавство

4. Нестача інвестицій і недостатнє державне фінансування призвели до технологічного відставання, внаслідок чого продукція стала менш конкурентоспроможною і продається переважно на ринку СНД;

5. Політика імпортозаміщення, яку проводить українська влада, не сприяє розвитку співпраці. Вона лише підтримує старі зв'язки між промисловими підприємствами, що працюють через кордони, і перешкоджає пошуку нових можливостей.

Теоретичні та математичні дослідження можуть підказати можливі шляхи підвищення ефективності участі вітчизняних автомобільних підприємств у міжнародних коопераційних проектах. На прикладі співпраці з Німеччиною можна сформулювати рекомендації, які доцільно впроваджувати для налагодження коопераційних відносин з іншими країнами ЄС, а також Азії:

- домогтися взаємного визнання сертифікатів якості, що є однією з умов зняття технічних бар'єрів для виходу української продукції на німецький ринок;

- спільними зусиллями держави та підприємств, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, змінити експортну структуру національної економіки та спрямувати її на підвищення потенційної конкурентоспроможності в зовнішній торгівлі за рахунок удосконалення

існуючих експортно-орієнтованих інноваційних підприємств та застосування нових експортно-орієнтованих підприємств;

- стимулювати залучення інвестицій тарифними та нетарифними методами з метою модернізації автомобільної промисловості України;

- проаналізувати пріоритетні напрямки розвитку інвестиційного співробітництва з нашою країною, оцінити ризики для іноземних інвесторів і знайти можливі шляхи їх пом'якшення;

- вжити необхідних заходів на законодавчому та адміністративному рівні для підвищення інвестиційної привабливості країни, а саме:

- а) реформувати податкову систему (скоротити авансові платежі з доходів бюджету);

- б) забезпечити гнучкість податкової системи для стимулювання інвесторів до збільшення їхніх доходів;

- в) скасування ввізних мит на інвестиційні товари, що надходять в Україну;

- г) створення правового захисту іноземних інвесторів від боржників і недобросовісних партнерів;

У системі державної підтримки українських компаній у сфері міжнародного співробітництва необхідно правильно використати наявний потенціал для поліпшення виставкової діяльності шляхом розроблення механізмів фінансової підтримки участі українських експонентів у найбільш значущих виставкових заходах, що проводяться за межами країни. Слід звернути увагу на посилення державного впливу і підтримку для створення мережі представництв українських компаній та організацій за кордоном і заснувати Українсько-німецьку торговельну палату для розширення співробітництва в секторі малого та середнього бізнесу.

Це пов'язано з тим, що Україна має великі можливості та перспективи, в той час як інші країни вже досягли піку свого розвитку. Спираючись на досвід

інших країн і долаючи основні бар'єри, що перешкоджають ефективній участі вітчизняних компаній у системі міжнародного співробітництва в автомобільній промисловості, можна досягти значного прогресу. Щоб створити сприятливі перспективи для розвитку промислової кооперації, Україні слід проводити ефективнішу і збалансованішу зовнішню політику з усіма потенційними партнерами, як зі Сходом, так і з Заходом. Водночас важливою передумовою формування стійких перспектив розвитку базових галузей промисловості є проведення політики більш повного задоволення потреб внутрішнього ринку за рахунок внутрішнього виробництва та диверсифікації промислової кооперації, особливо європейського вектора.

У цьому контексті доцільно використовувати механізми підтримки автомобільної промисловості у різних зарубіжних країнах (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Механізми антикризової підтримки автомобільної промисловості у зарубіжних країнах

Країна	Обсяг державної підтримки, в рік	Інструменти підтримки
Німеччина	5 млрд євро	Премія за утилізацію автомобілів
Китай	1,5 млрд дол. США	Зменшення податків на покупку малолітражних автомобілів, зменшення рівня податку на майно, зменшення цін на пальне, державні замовлення, дозвіл на отримання кредити, субсидії фермерам на оновлення автотранспортного парку.
Франція	8,7 млрд євро	Надання кредитів виробникам автомобілів та їх фінансовим підрозділам; надання премій за утилізацію у розмірі 1 тис. євро; вкладання інвестицій у фонд підтримки модернізації
США	35,3 млрд дол. США	Кредитування поточної операційної діяльності виробників автомобілів; субсидування виробництва електричних та гібридних автомобілів; кредитування з метою погашення заборгованості перед постачальниками.

Складено автором за: [59].

Аналіз інструментів державної підтримки автомобільної промисловості в зарубіжних країнах дає змогу виявити найефективніші з них, а саме: державне субсидіювання; створення виробничо-орієнтованих економічних та митних зон та територій пріоритетного розвитку; підтримка організації нових робочих місць; розвиток інфраструктури для розвитку підприємств; сприяння експорту; підтримка модернізації й створення нових виробництв; державні програми інвестиційної допомоги, компенсації інвестиційних витрат; пільгове кредитування; надання державних гарантій для отримання кредитів на операційну діяльність [77]. На рис. 3.1 визначена послідовність застосування державного регулювання.

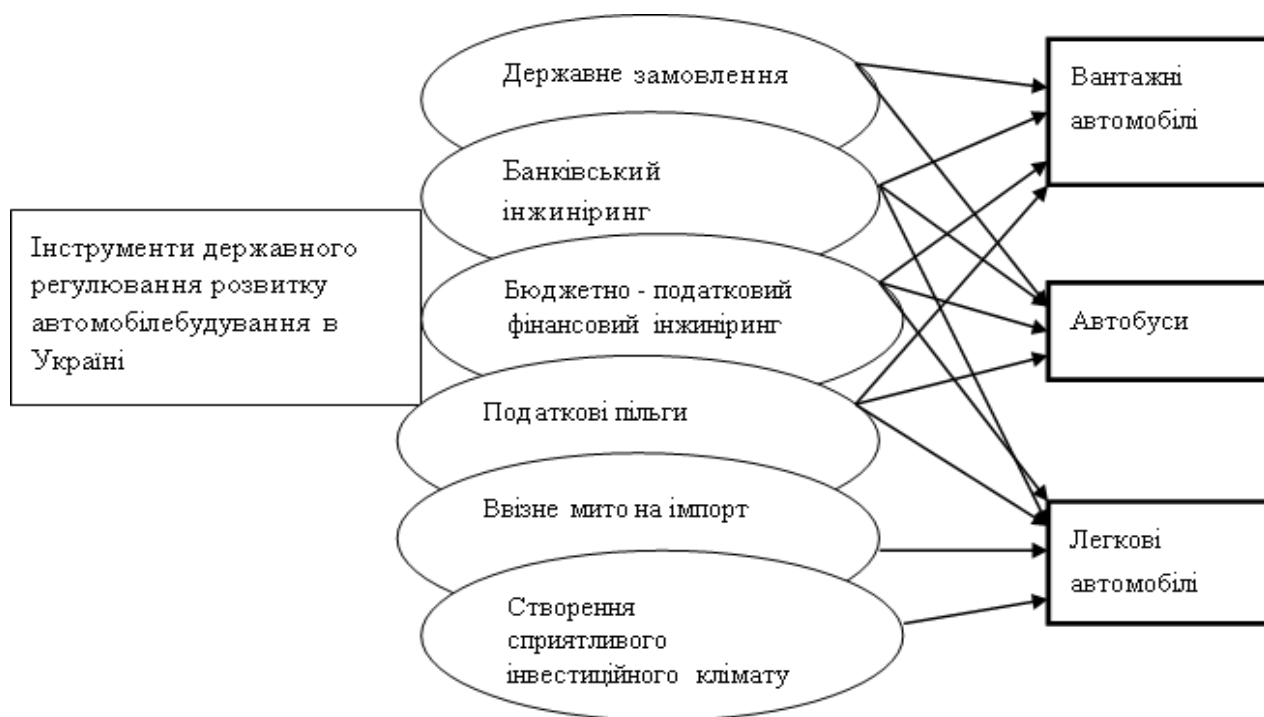


Рис. 3.1. Послідовність застосування інструментів регулювання розвитку галузі автомобілебудування в Україні.

За: побудовано автором

Оскільки національне замовлення спрямоване на захист прав споживачів, його мета – забезпечити їх необхідними товарами. У зв'язку з розширенням вибору і конкуренції в галузі автомобілебудування виробники зацікавлені в

підвищенні якості, зниженні цін і співпраці зі світовими ТНК. Нині державні закупівлі здійснюються для оборонних систем, сільськогосподарських підприємств, шкіл і навчальних закладів. Державними замовниками виступають Верховна Рада України, регіональні та муніципальні органи влади, а виконавцями держзамовлення – автопідприємства всіх форм власності. Держзамовлення – це розв'язання проблеми нестачі та застарівання державної спецтехніки за рахунок продукції державних та приватних підприємств [2].

Розглянемо, які заходи може використовувати держава для регулювання розвитку автомобільної промисловості (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Інструменти регулювання розвитку автомобільної галузі України

Інструменти регулювання	Суб'єкти впливу	Тип авто	Цілі впливу
Державне замовлення	Споживачі продукції автомобільної галузі	Автобуси, вантажні автомобілі	Модернізація продукції, ведення інноваційної активності
Банківський інжиніринг	Банки, фінансові установи	Легкові автомобілі, вантажні автомобілі, автобуси	Збільшення грошових потоків для автомобілебудівних підприємств
Бюджетно-податковий інжиніринг	Автомобілебудівні підприємства	Вантажні автомобілі, легкові автомобілі, автобуси	Збільшення грошових потоків підприємств автомобілебудівної галузі
Ввізне мито на імпорт	Споживачі продукції автомобільної галузі	Легкові автомобілі, вантажні автомобілі, автобуси	Підтримка конкурентоздатності продукції вітчизняних автомобілевиробників
Податкові пільги	Автомобілебудівні підприємства, інвестори	Легкові автомобілі, вантажні автомобілі, автобуси	Збільшення грошових потоків підприємств автомобільної галузі за рахунок інвестованих та власних ресурсів

Складено автором за: [33].

При цьому важливо використовувати як прямі, так і непрямі методи регулювання. До правових методів прямого впливу належать численні заходи Комплексної програми національних завдань розвитку автомобільної промисловості України, програми розвитку окремих автомобільних підприємств, схеми пільгового фінансування тощо. Адміністративні методи впливу включають квотування, механізми зниження процентних ставок за кредитами тощо. Економічні методи непрямого впливу передбачають вплив через оподаткування, бюджетне і фінансове регулювання.

Отже, для забезпечення національних інтересів України на зовнішніх ринках, подолання негативних тенденцій в експорті, збереження позицій на зовнішніх ринках, що вже склалися, за рахунок міжнародної промислової кооперації, визначення можливостей для нарощування експорту в нових напрямках та орієнтації на ключові національні інтереси України у відносинах з ЄС доцільно:

- по-перше, розробити комплекс заходів щодо скорочення від'ємного сальдо зовнішньої торгівлі та досягнення більш збалансованого зовнішньоторговельного балансу;

- по-друге, впровадити в практику економічних і дипломатичних відомств постійний моніторинг середніх експортних цін та індексу кількості українського експорту з метою недопущення передання фінансових вигод від українських експортерів іноземним імпортерам і фінансових втрат для української економіки; та

- по-третє, зацікавити українських науковців і практиків у галузі зовнішньоекономічної діяльності та економіко-дипломатичних відомств з метою розширення та зміцнення участі України в міжнародному співробітництві.

3.2. Обґрунтування моделі залучення інвестицій у вітчизняну автомобільну промисловість на засадах міжнародної кооперації

Питання залучення іноземних інвестицій в українську автомобільну промисловість стає дедалі актуальнішим і набуває дедалі більшого значення. Це пов'язано з тим, що в умовах війни держава не має достатніх внутрішніх фінансових ресурсів для вирішення багатьох соціально-економічних проблем і належного рівня підтримки промисловості розвитку. Тому іноземні інвестиції є важливим компонентом структури інвестиційних ресурсів України.

Розглянемо систему промислових пріоритетів за інвестиційною привабливістю (табл. 3.3). Автомобільна галузь перебуває в зоні низької інвестиційної привабливості і переживає інвестиційну кризу, яка характеризується різким скороченням інвестицій у автомобільну промисловість і сировинним характером діяльності експортно-орієнтованих галузей.

Таблиця 3.3

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

Назва	Види економічної діяльності	Галузі промисловості
Зона високої інвестиційної привабливості	Операції з нерухомістю, послуги юридичним особам, фінансова діяльність, окремі галузі промисловості	Банківська, страхова діяльність, харчова промисловість та перероблення сільськогосподарських продуктів
Зона середньої інвестиційної привабливості	Оптова і роздрібна торгівля, окремі галузі промисловості	Металургія і оброблення металу, хімічна й нафтохімічна промисловість
Зона низької інвестиційної привабливості	Транспорт і зв'язок, будівництво, мисливство та лісове господарство, сільське господарство, охорона здоров'я, готелі та ресторани, соціальне забезпечення, освіта, державне управління, колективні, громадські й особисті послуги	Машинобудування, виробництво деревини і виробів з деревини, легка промисловість, поліграфічна промисловість; целюлозно-паперова, видавнича справа, виробництво будматеріалів та інших неметалевих й мінеральних виробів, виробництво коксу і продуктів нафтопереробки, добувна промисловість

Складено автором за: [21].

Головними формами інвестиційного співробітництва у автомобільній галузі на даний момент є:

- 1) створення спільних підприємств з іноземною компанією або з метою виробництва нових моделей автомобілів (спільних проектів), або з метою модифікації вже вироблених автомобілів;
- 2) створення спільних підприємств з випуску вузлів, комплектуючих і агрегатів;
- 3) відкриття іноземними інвесторами автоскладальних підприємств (філій);
- 4) придбання частки вітчизняних компаній іноземним партнером;
- 5) створення складального виробництва (збірка);
- 6) передача інвестором ліцензій на виробництво кінцевої продукції і технологій;
- 7) ПІІ зі сторони міжнародних фінансових інститутів (МБРР, МФК, ЄБРР тощо) [16].

Проаналізуємо які фактори мають вплив на форму інвестиційного співробітництва ТНК (табл. 3.3). Таким чином, на даному етапі розвитку автомобільної галузі України найбільш вигідним є контрактна збірка та спільне підприємство. Відповідно вибраним методам розробимо систему корпоративного інвестування.

В умовах тривалої війни та подальшої післявоєнної відбудови важлива роль автомобільної промисловості в забезпеченні стійкості української економіки, що робить пріоритетними заходи зі стимулювання інвестиційної активності в автомобільній промисловості на засадах виробничої кооперації. Такі заходи є ключовими для формування підґрунтя для реструктуризації економічної структури в частині пріоритетного розвитку переробних галузей та створення нових робочих місць.

Чинники впливу на стратегію інвестування ТНК вітчизняної автомобільної
галузі

Чинники		Експорт	Інвестиції	Злиття та поглинання	Стратегічні альянси	Спільні підприємства	Контрактна збірка	Умовні позначення	
Корпоративні	Розмір компанії (наявність значної кількості внутрішніх ресурсів)							Важливий	Неважливий
	Наявність міжнародного досвіду							Важливий	Неважливий
	Потенційний ризик інвестування							Високий	Низький
Корпоративні	Прагнення технологічної переваги							Сильне	Слабке
	Наявність довгострокової стратегії							довготермінова	короткотермінова
Галузеві	Необхідний стартовий обсяг інвестицій							Значний	Незначний
	Витрати на адаптацію до ринку через культурні відмінності / умови експлуатації і т.д.							Значні	Малі
	Витрати на забезпечення комплектуючими							значні	малі
	Витрати на маркетинг							значні	малі
Внутрішні державні фактори	Обсяг ринку							великий	малий
	Темпи зростання поп							високі	низькі
	Наявність необхідних ресурсів (трудових та ін.)							важливо	неважливо
	Стабільність економічної, політичної ситуації							важлива	неважлива
	Регулювання галузі державою, митна політика, податкові пільги							значний	незначний

За: складено автором

Для України можливість співпраці з ЄС у залученні інвестицій в автомобільну промисловість полягає в отриманні доступу до фінансових продуктів, платформ і програм фінансової допомоги ЄС. Розглянемо деякі з них:

1) Єдина фінансова програма допомоги перед вступом до ЄС – це Інструмент допомоги перед вступом до ЄС (IPA), що спрямований на підтримку реформ за допомогою фінансової та технічної допомоги. Поточна версія цієї програми (IPA III) має загальний обсяг виплат близько 14,2 млрд євро. Пріоритетними областями для надання фінансової допомоги в рамках цієї програми є, зокрема, економічне зростання, причому пріоритет надається МСП.

2) Бюджет програми "Єдиний ринок" становить 4,2 млрд євро і розрахований на сім років (2021-2027). Раніше, у лютому 2020 року, Україна підписала угоду з ЄС про участь у цій програмі. У межах програми ЄС надасть 1.500 грантів українським МСП, щоб допомогти їм встановити ділові відносини з партнерами з ЄС. Крім того, 430 грантів буде надано молодим українським підприємцям, які хочуть ознайомитися з досвідом ведення бізнесу в ЄС. Наразі угода потребує ратифікації Верховною Радою України.

3) Проекти макрофінансової допомоги (МФД). 2022 року ЄС надав Україні 11,6 млрд євро макрофінансової допомоги у вигляді кредитів і грантів для зміцнення стабільності та задоволення нагальних фінансових потреб [74]. 2022 року Рада ЄС у грудні 2022 року декларувала, що 2023 року виділятимуть до 1,5 млрд євро на місяць, загалом 18 млрд євро. Вона затвердила план надання Україні регулярної МФД у розмірі 1,5 млрд євро [74]. Згідно з цим планом, внески вже було виплачено в січні (3 млрд євро) і березні 2023 р. (1,5 млрд євро). Новий пакет покликаний забезпечити короткострокову фінансову допомогу і підтримати не тільки нагальні потреби України, а й післявоєнне відновлення і шлях до європейської інтеграції.

4) 26 січня 2023 року було запущено Міжустановчу координаційну платформу донорів для України. До складу платформи входять представники України, ЄС та країн "Великої сімки", а також партнери з таких фінансових інституцій, як Європейський інвестиційний банк, Європейський банк реконструкції та розвитку, Міжнародний валютний фонд та Світовий банк. Секретаріат платформи розташований у приміщеннях, наданих Європейською комісією в Брюсселі, і в офісі в Києві, наданому урядом України.

Для того, щоб забезпечити підвищення інвестиційної привабливості та розвиток інвестиційного потенціалу вітчизняної автомобільної промисловості на засадах міжнародної кооперації, необхідно реалізувати низку заходів з боку держави за такими напрямками:

- Стимулювання виробництва інвестиційної машинобудівної продукції. Це сприятиме модернізації та технологічному переозброєнню вітчизняних підприємств, заміщення частини імпорту високотехнологічного обладнання в Україну. Для цього необхідно:

- налагодити співпрацю між національними науково-дослідними та конструкторськими організаціями в галузі автомобільного машинобудування;

- налагодити співпрацю між науково-дослідними та конструкторськими організаціями машинобудівної галузі та виробничими підприємствами.

- встановити співробітництво між національними науково-дослідними і конструкторськими організаціями машинобудівної галузі та підприємствами-виробниками для вивчення попиту і розміщення замовлень на підприємствах-виробниках;

- ініціювати створення міжгалузевих кластерів для поглиблення інтеграції вітчизняної машинобудівної промисловості із суміжними галузями.

- ініціювати створення міжгалузевих кластерів для поглиблення інтеграції вітчизняного машинобудування із суміжними галузями, переважно

металургійним і хімічним комплексами, для використання у виробничих процесах;

- забезпечення державних замовлень на інвестиційне обладнання для вітчизняного виробництва;

- впроваджувати технічне переозброєння, модернізацію, вдосконалення інфраструктури та виробництва (зокрема, для забезпечення державного замовлення на інвестиційне обладнання для вітчизняного виробництва).

- створення механізмів державної підтримки кадрове забезпечення автомобільної галузі України. Створення механізму державної підтримки розвитку людських ресурсів у автомобільній галузі України сприятиме розвитку творчих ініціатив та призведе до збільшення інвестицій у наукомістке виробництво в галузі, що матиме значний мультиплікативний ефект для відповідних галузей. Це матиме значний мультиплікативний ефект на суміжні галузі. У тому числі:

- створення системи моніторингу та прогнозування чисельності персоналу на підприємствах машинобудування. Для поліпшення цього процесу доцільно створити систему моніторингу та прогнозування кадрового забезпечення машинобудівних підприємств.

- формування національного замовлення на професійне навчання;

- удосконалення системи перепідготовки та підвищення кваліфікації технічних і кваліфікованих кадрів у автомобільній галузі за рахунок залучення іноземних фахівців і професіоналів у машинобудівній галузі.

- створення інфраструктури для розвитку людських ресурсів у автомобільній галузі (технологічні форуми, венчурні фонди та гранти для фахівців, які беруть участь у створенні зразків високотехнологічної та машинобудівної продукції);

- розробка законопроектів про підготовку, перепідготовку та підвищення кваліфікації трудових ресурсів у рамках державного замовлення, стимулювання

безперервної професійної освіти за заявками державних замовників і організацій підприємств.

– сприяння встановленню науково-технічних і виробничих коопераційних зв'язків між українськими виробниками автомобільної продукції та провідними виробниками ЄС. Для цього необхідно створювати галузеві каталоги продукції, підтримувати участь українських виробників у спеціалізованих виставках за кордоном та організовувати власні спеціалізовані виставки в ключових країнах, тим самим підвищуючи обізнаність провідних європейських компаній щодо науково-технічних і виробничих можливостей України;

– організація інформаційно-консультаційних послуг для підприємств, що планують приймати участь у міжнародній виробничій кооперації.

Варто зазначити, що необхідність відновлення економіки у воєнний та повоєнний час потребує більш чіткого визначення напрямку та порядку створення умов для інвестицій автомобільних підприємств у пріоритетний план дій уряду на 2024 рік. Початок цього процесу сприятиме сильній позитивній синергії в суміжних галузях, прискоренню реформ у всіх секторах та стимулюванню структурних змін в економіці.

З огляду на те, що на сучасному етапі модель міжнародного коопераційного співробітництва на міжрегіональному рівні недостатньо розвинена, вважаємо за доцільне передбачити такі основні компоненти та етапи розвитку цього процесу в автомобільній промисловості:

- Формування пакета цілей коопераційного промислового співробітництва;
- Розроблення концепції моделі міжрегіонального співробітництва;
- Розроблення моделей співробітництва, які можуть бути застосовані в різних сферах автомобільної промисловості та на зовнішніх ринках.

При цьому слід впроваджувати перевірені та ефективні системи, що використовуються в країнах Європи, зокрема в німецькій економіці.

Таким чином, іноземні інвестиції дозволять розвинути автомобільну галузь України на засадах міжнародної виробничої кооперації, що матиме наслідком:

- створення нових робочих місць, не тільки на підприємствах, а також для місцевих постачальників та контрагентів;
- підвищення кваліфікації робочої сили на спільних підприємствах та локалізованих заводах;
- збільшення кількості експортних операцій, їх диверсифікація, що дозволить розгортання модернізації обладнання на вітчизняних підприємствах та впровадження сучасних технологій;
- притік іноземної валюти в економіку, підвищення конкурентоспроможності регіонів України, а також країни в цілому.

Висновки до розділу

1. Для досягнення конкретних цілей спільного підприємства вітчизняних підприємств із зарубіжними на засадах міжнародної кооперації необхідні різні форми співпраці. Слід використовувати різні форми співпраці, такі як угоди про співпрацю, спільні підприємства та акціонерні товариства тощо. Однак у сучасній європейській системі інвестиційного співробітництва, яка ефективно використовується європейськими компаніями, такі форми, як стратегічне співробітництво включають такі форми, як стратегічні альянси і так звану "систему цінностей". Згідно з сучасною європейською практикою, остання розглядається як нова форма стратегічного ділового співробітництва між юридично незалежними компаніями. Для створення привабливого інвестиційного клімату в Україні, Україні необхідно створити інвестиційний клімат, що стимулюватиме залучення інвестицій в українську автомобільну промисловість. Перш за все, на рівні законодавчої та центральної виконавчої влади України необхідно забезпечити прозорість законодавчої бази, що регулює

підприємницьку, зовнішньоекономічну діяльність, майнові відносини та оподаткування в Україні. Інвестуючи в Україну, іноземні інвестори повинні заздалегідь чітко знати "правила гри", а не пристосовуватися до непередбачуваних динамічних змін і втрачати економічні інтереси та довіру до держави.

2. Для реалізації практичних способів збільшення інвестицій з високорозвинутих країн в Україну для реалізації проектів міжнародної виробничої кооперації необхідно:

- вжити необхідних заходів щодо усунення негативних правових чинників, що спотворюють процес ефективного регулювання підприємницької діяльності в залученні та використанні інвестицій;
- розв'язати проблему ухвалення необхідних змін до податкового законодавства, здебільшого шляхом ухвалення змін до Податкового кодексу України;
- оптимізувати податкову систему, мінімізувати авансові платежі та збирати доходи бюджету переважно касовим методом;
- забезпечити гнучкість податкової системи та створити такі передумови для підвищення зацікавленості інвесторів у збільшенні доходів;
- забезпечити повне звільнення від податків у перший рік інвестицій, що є економічно виправданим.
- удосконалити порядок сплати митних зборів і зборів при надходженні іноземних інвестицій в Україну;
- створити механізми правового захисту іноземних інвесторів від боржників і недобросовісних партнерів;
- забезпечити правильне використання наявних можливостей для поліпшення виставкової діяльності шляхом її розвитку за рахунок розвитку механізмів фінансової підтримки участі українських підприємств у міжнародній кооперації;

- розробити механізм фінансової підтримки участі українських експонентів у найбільш важливих виставкових заходах, що проводяться за межами України.

- розробити моделі державного впливу та підтримки створення мережі представництв українських компаній та асоціацій за кордоном.

- ініціювати створення змішаних зовнішньоторговельних палат в межах білатеральних торговельних відносин;

- розширити співпрацю, особливо у сфері малого та середнього бізнесу.

ВИСНОВКИ

1. Сьогодні міжнародна виробнича кооперація стає чинником соціально-економічного та науково-технічного розвитку країн світу, ареною міжнародної інтеграції та можливістю протистояти постійно зростаючій конкуренції за рахунок раціонального використання потужностей. В умовах сучасної глобалізації автомобільної промисловості міжнародне співробітництво найчастіше здійснюється в таких галузях: постачання готових установок і устаткування та відповідна оплата продукції; ліцензування, передання виробничого досвіду і знань та відповідна оплата продукції; укладення контрактів, спільне виробництво, науково-дослідні й дослідницько-конструкторські роботи (НДДКР), спільні підприємства та спільні проекти.

2. Ретельний аналіз ефективності участі компанії в проєктах міжнародної виробничої кооперації потребує достовірної інформації та коректного зіставлення різних показників в одному й тому самому часовому інтервалі. Варто зосередитися на визначенні рівня виявлених показників порівняльної переваги, показників взаємодоповнюваності, привабливості ринку та конкурентної позиції. Таким чином, показники ефективності та їх аналіз дають змогу визначити рентабельність зовнішньоекономічних проєктів і сформулювати заходи щодо поліпшення ситуації для збільшення прибутку підприємств.

3. У світовій практиці використовуються різні моделі співробітництва в рамках виробничої кооперації, але кожна автомобільна компанія, безсумнівно, має низку постачальників, що спеціалізуються на виробництві різних видів комплектуючих. У сучасній автомобільній промисловості існує два способи імпортного складання: SKD і CKD. У першому випадку готові автомобілі розбирають, імпортують і збирають у країні походження. В іншому – імпортуються компоненти для подальшого продажу і збираються на місцевому

виробництві. У рамках співпраці компаніям передаються й інші види діяльності, такі як вдосконалення технології виробництва, тестування, закупівля запчастин і комплектуючих, пакування та продаж. Як правило, основні компанії-власники брендів зберігають за собою функції розроблення нової продукції, виробничої стратегії та орієнтації на бренд, поліпшення функціональних характеристик і дизайну автомобілів, виробництва зразків для тестування тощо.

4. В Україні існує низка підприємств, які беруть участь у міжнародній системі виробничої кооперації. Серед найуспішніших компаній автомобільного сектору – Leonie Wearing Systems UA GmbH (чистий прибуток 143,9 млн євро), Fujikura, "Карпати", "Точприлад" та Taiko Electronics UK Limited, які в основному займаються виробництвом електричної проводки для легкових автомобілів. Тобто, компанії спеціалізуються на виробництві кабельних мереж (проводка, ізолятори та дроти). Компоненти українського виробництва використовуються такими автомобільними брендами, як BMW, Volkswagen, Mercedes, Porsche, Ferrari, Fiat, Audi і Nissan. Найпривабливішими країнами для співробітництва вітчизняних компаній цієї товарної групи на зовнішніх ринках є Німеччина та Польща.

5. Згідно з дослідженням участі вітчизняних компаній у міжнародних коопераційних зв'язках при виробництві електричної проводки для автомобілів, вітчизняні компанії експортують більшу частину цієї продукції в Німеччину (23 % від експорту даної товарної групи). Це пов'язано з тим, що українські заводи є учасниками угод про співпрацю з Німеччиною та іншими країнами на основі давальницької сировини. Продукція також експортується до Польщі (22 %), Румунії (13 %) і Чехії (12 %). Основними імпортерами електричної проводки в Україну є Німеччина (20 % імпорту), Угорщина (18 %) і Чехія (14 %). Імпорт автомобільних проводів має тенденцію до збільшення у зв'язку з розвитком вітчизняних автомобільних підприємств. Оскільки експорт перевищує імпорт, сальдо зовнішньої торгівлі позитивне і продовжує зростати. Крім того,

економіки України та Німеччини доповнюють одна одну (75%), що вказує на великий потенціал комплементарності та двостороннього співробітництва.

6. Емпіричні дослідження показують, що вплив іноземних інвестицій на економічні показники економічного розвитку в Україні є досить суперечливим. Для того щоб звести до мінімуму можливі негативні наслідки та отримати вигоду з міжнародного співробітництва, необхідні ефективна ринкова інфраструктура, відповідна регуляторна політика і сприятливе макроекономічне середовище. Крім того, участь країн, що розвиваються, у процесах глобалізації та співробітництва наражає їх на ризик фінансового стресу, спричиненого різними зовнішніми потрясіннями, що вимагає особливого регулятивного контролю відповідно до національних інтересів.

7. У сучасних умовах найдоцільніше розвивати співробітництво зі світовими компаніями, що виробляють автозапчастини. Західні компанії в Україні приваблює низька собівартість виробництва, дешева робоча сила та можливість поставок до країн ЄС. У роботі запропоновано схему інвестиційного процесу, використовуваного компаніями, що займаються виробництвом деталей і компонентів для світових автомобільних компаній: вторинні та третинні постачальники отримують сировину, яку далі переробляє первинний постачальник. Після остаточного складання готова продукція продається у філіях на європейському та азійському ринках. Місцеве виробництво деталей і компонентів – найкраща форма співпраці в українській автомобільній промисловості на коопераційних засадах.

8. Для ефективного регулювання інвестиційної діяльності держава повинна розробити комплексну систему заходів, що зачіпають усі зв'язки між суб'єктами інвестиційної діяльності, які виникають у її процесі. Державна підтримка попиту дає лише короткостроковий ефект, тоді як розширення експортних ринків є перспективним процесом, хоча й потребує часу для реалізації. Автомобільна промисловість України перебуває в зоні низької

інвестиційної привабливості, де спостерігається інвестиційна криза, що характеризується різким скороченням інвестицій в автомобільну промисловість і переходом у сировинні експортно-орієнтовані галузі. З метою розширення зовнішньої торгівлі України на ринку ЄС та забезпечення ефективності операцій імпортно-експортного співробітництва і відповідного рівня комплементарності взаємних торговельних потоків необхідно: вирішити питання про взаємне визнання сертифікатів якості, що є однією з основних умов для усунення технічних бар'єрів для української продукції автомобільної промисловості на європейському ринку; зосередити зусилля на перетворенні структури експорту та підвищенні конкурентоспроможності зовнішньої торгівлі; підвищення експортного потенціалу за рахунок модернізації наявних та впровадження нових експортно-орієнтованих інноваційних виробництв; сприяння імпорту інноваційних товарів для модернізації української промисловості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 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.
2. 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.
3. Асоціація автовиробників України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrautoprom.com.ua/uk/>.
4. Асоціація автовиробників України «Укравтопром». Статистична інформація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrautoprom.com.ua/statistika/statistika-2022>.
5. Барияк Ю.А. Виробничі стратегії європейських автомобільних компаній в азіатських країнах / Ю. А. Барияк // Науковий дискурс. – 2022. – № 12. – С. 59-66.
6. Башнянин Г.І. Становлення інтегрованих корпоративних мікрекономічних систем в економіках перехідного типу / Г.І. Башнянин, О.І.Ковтун, П.Ю. Лазур, О.В. Хом'як,Т.П. Яхно. – Львів: Вид-во Львівської комерційної академії, 2003. – 186 с.
7. Богів В.А. Європейський досвід реалізації програм міжнародної виробничої кооперації / В. А. Богів // Вісник Української Академії державного управління при Президентіві України. – 2014. – № 3. – С. 32-42.
8. Богомазова К.К. Сутність операцій з давальницькою сировиною та їх значення / К.К. Богомазова // Ефективна економіка. – 2019 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2182>.

9. Бодрова Н. Е. Аналіз світових тенденцій розвитку автомобільної промисловості / Н. Е. Бодрова, К. П. Булатов // Бізнес Інформ. – 2022. – № 1. – С. 78-83.

10. Брюховецька Н. Є. Аналіз провідних виробників легкових автомобілів на світових ринках / Н. Є. Брюховецька // Бизнес Информ. – 2021. – № 8. – С. 119–124.

11. Брюховецька Н. Є. Вплив світової фінансової кризи на стан автомобільного ринку України / Н. Є. Брюховецька // Проблеми економіки. – 2009. – № 4. – С. 19-23.

12. Бубненко Ю. В. Аналіз світового ринку легкових автомобілів / Ю. В. Бубненко, А. О. Кизим, Н. О. Старкова // Креативна економіка. – 2022. – № 88(04) [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://nbuv.gov.ua/2022/04/pdf/25.pdf>.

13. Ванькович Д. В. Діагностування стану інвестиційного клімату в Україні / Д. В. Ванькович, Н. Б. Демчишак, Ю. М. Луковська // Інвестиції: практика та досвід. – 2020. – № 1. – С. 11-18.

14. Виробництво легкових автомобілів: світові та вітчизняні тенденції [Електронний ресурс] / В.А. Кищун // Луцький національний технічний університет: зб. наук. праць. – 2023. – № 1. – С. 137 – 145.

15. Войнович І. І. Система регулювання промислової кооперації / І. І. Войнович. – К.: НІУРВ, 2021. – С. 3-14.

16. Гончаров А. Б. Інвестування : навчальний посібник / А. Б. Гончаров; Мін-во освіти і науки України, Харківський держ. економ. ун-т. – Х. : Інжек, 2014. – 240 с.

17. Гордієць В. В. Теоретико-методологічні засади реалізації толінгових операцій в Україні в сучасних умовах / В. В. Гордієць, Л. М. Римарев // Україна Наукова. Економіка, 16-18 [Електронний ресурс] Режим доступу : <http://int-konf.org/ru/2022/ukrajina-naukova-16-18-12-2022/954-gordietsv-v-rimareva-l-m->

teoretiko-metodologichni-zasadi-realizatsiji-tolingovikhoperatsij-v-ukrajini-v-suchasnikh-umovakh.

18. Гребельник О. М. Ефективність стратегічного партнерства підприємств: проблеми виявлення та способи оцінки / О. М. Гребельник // Економіка і підприємництво: зб. наук. пр. молодих учених та аспірантів. – Відп. ред. С.І. Дем'яненко. – К.: Видавництво «Аспект-Поліграф», 2018. – Вип. 21. – С. 1-12.

19. 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.

20. Долішній М.І. Економічні проблеми розвитку виробництва та інноваційної діяльності / М. І. Долішній. – Л. : Ін-т регіон. досліджень, 2006. – 583 с.

21. 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.

22. Дудкіна К. А. Кластери як форма ринкової централізації в умовах сучасних світогосподарських відносин : автореф. дис. на здобуття ступеня канд. екон. наук / К. А. Дудкіна. – К., 2018. – 18 с.

23. Економічна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://enbv.ua/text/Econom/encyclo/str/E-416.html>.

24. Європейська економічна комісія Організації Об'єднаних Націй (ЄЕК ООН) [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.unecse.org>.

25. Закон України "Про зовнішньоекономічну діяльність" [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/959-12>.

26. Закон України «Про інвестиційну діяльність» зі змінами та доповненнями № 2095-VIII від 08.06.2017, ВВР. – 2017. – № 32. – С. 344.

27. Закон України №535/97-ВР «Про стимулювання виробництва автомобілів в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до сайту: <http://zakon.rada.gov.ua> 6. Закон №1624-IV «Про розвиток автомобільної промисловості України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rada.gov.ua.

28. Залознова Ю. С. Українська промисловість: сучасні виклики та проблеми розвитку / Ю. С. Залознова // Економіка України. – 2018. – № 5. – С. 24-33.

29. Іщенко С.М. Ринковий підхід до оцінки ефекту синергії при злитті і поглинанні компаній / С.М. Іщенко, Є.І. Іщенко // Корпоративне управління. – 2021. – № 3. – С. 28–37.

30. Індекс інвестиційної привабливості України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://eba.com.ua/Invest_UKR_1_half_2021.pdf

31. Кемпбелл Е. Стратегічний синергізм / Е. Кемпбелл, К. Саммерс. – К.: Генеза, 2014. – 416 с.

32. Кизим М.О. Перспективи розвитку та державна підтримка виробництва цивільних літаків в Україні : монографія / М.О. Кизим, І.Ю. Матюшенко, В.С. Купріянова. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2019. – 228 с.

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

34. Ковпак Є. С. Механізм державної підтримки автомобілебудування в Україні / Є. С. Ковпак // Проблеми економіки. – 2022. – №3. – С. 22-27.

35. 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.

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

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

38. 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.

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

40. Курченко Ю. А. Міжнародна кооперація та локалізація виробництва: навч. посібник. – К: КПІ, 2021. – 140 с.

41. 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

42. Лейнерт Е. А. Міжнародна виробнича кооперація / Е.А. Лейнерт [Електронний ресурс] Режим доступу : www.nbuv.gov.ua.

43. 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.

44. Лисицин В. Д. Роль «ощадливого виробництва» в діяльності підприємства / В. Д. Лисицин // Проблеми системного підходу в економіці: Електронне наукове фахове видання. – 2019. – №1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua>.

45. Макаров А. В. Формування програм розвитку виробничої кооперації регіону / А.В. Макаров, В.А. Трапезніков // Економіка регіону. – 2018. – №3. – С. 175-183.

46. Макогін З.Я. Науково-технічне співробітництво України на засадах стратегічного партнерства : Монографія / З.Я. Макогін. – Львів: Растр, 2020. – 212 с.

47. Мальмберг А. Територіальний кластеринг, місцева концентрація знань та конкурентноздатність фірми / А. Мальмберг, Ю.Сельв, І. Задер. – 2017. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nbuv.gov.ua>.

48. 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.

49. Міжнародний ринко автомобілів у 2022 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minfin.ua>.

50. 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>

51. Мороз Л. А. Тенденції розвитку українського автомобільного ринку і маркетингова комунікаційна політика його учасників / Л. А. Мороз // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика. – 2019. – № 735. – С. 154–159.

52. Навчальний контент: Міжнародні економічні відносини: підручник / за ред. А.П. Голікова, О.А. Довгаль. – Х.:ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2015. – 464 с.

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

54. 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.

55. Офіційний сайт «Європейської Бізнес Асоціації України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://eba.com.ua/>.
56. Офіційний сайт Fujikura [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://fujikura.su/>.
57. Офіційний сайт Leoni [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.leoni-ukraine.com/uk/>.
58. Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
59. Офіційний сайт Європейської асоціації виробників автотранспорту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.acea.be/>.
60. Офіційний сайт Міжнародної організації підприємств автомобільної промисловості (International Organization of Motor Vehicle Manufactures – IOMVM) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://oica.net/>.
61. Петкова Л. Муніципальні інвестиції та кредити : [навч. посіб]. / Л. Петкова, В. Проскурін. – К., 2016. – 158 с.
62. Петрушенко М. Кластер дає шанс / М. Петрушенко // Урядовий кур'єр. – 2017. – № 78. – С. 3.
63. Пирожкова Ю. В. Особливості правового регулювання конкурентоспроможності автомобілебудівних підприємств в Україні: сучасний правовий аналіз / Ю. В. Пирожкова // Вісник Запорізького національного університету. Юридичні науки. – 2019. – № 1. – С. 106 – 110.
64. Податковий Кодекс України, п.п. 14.1.134 [Електронний ресурс] Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
65. Портер М. Конкурентні переваги / М. Портер. – К. : Основи, 2008. – 464 с.
66. Портер М. Конкуренція: Пер. з англ. – К.: Шенеза, 2005. – 608 с.
67. Прокіп В.Ф. Зовнішньоекономічна діяльність / В.Ф. Прокіп. – Тернопіль: Астон, 2022. – 320 с

68. 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.

69. Рощина Н. В. Особливості залучення прямих іноземних інвестицій в економіку України / Н. В. Рощина, Л. С. Богданова, І. В. Мілько // Економічний вісник НТУУ «КПІ» : збірник наукових праць. – 2022. – № 14. – С. 126-132. – С. 121-129.

70. Руденко Л. В. Глобальні тенденції розвитку транснаціональних корпорацій на основі їх бізнес моделей / Л. В. Руденко // Вчені записки: Наук. зб. – Вип. 7 / Відп. ред. А.Ф. Павленко. – К.: КНЕУ, 2017. – С. 131- 137.

71. Рязанова Н.О. Пріоритетні напрями механізму реалізації експортного потенціалу регіону / Н. О. Рязанова // Вісник Волинського Інституту економіки і менеджменту. – 2021. – № 12. – С. 410-418.

72. Семків Г.В. Спільне підприємництво : навч. посібник / Г.В. Семків. – К. : "Вектор-М", 2014. – 120 с.

73. Соколенко С.І. Інноваційні кластери допомагають подолати кризу / С. І. Соколенко // Шляхи виходу з кризи економіки України: Матеріали “круглого столу” в КТПП та ІЕП НАНУ:, 2008. – К., 2008. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sokolenko.com/clusters/49>.

74. Статистична інформація Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.

75. Стратегії економічного розвитку в умовах глобалізації: Монографія / За ред. д-ра екон. наук, проф. Д. Г. Лук'яненка. – К.: КНЕУ, 2001. – 538 с.

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

77. Третяк Г. С. Державне регулювання економіки та економічна політика: навч. посібник / Г. С. Третяк, К. М. Бліщук. — Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2021. — 116 с.

78. Фліссак К. Міжнародна кооперація як ефективна форма сучасного економічного співробітництва / К. Фліссак. // Журнал європейської економіки. — 2019. — №5. — С. 138-142.

79. Хаустова В. І. Моделювання маркетингової стратегії підприємства на ринках продукції виробничо-технічного призначення : монографія / В. І. Хаустова, Ю. А. Лідовський. — Х. : ВД «Інжек», 2014.

80. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.

81. Шовкун І. А. Міжнародна виробнича кооперація в системі зовнішньої торгівлі України / І.А. Шовкун // Збірник наукових праць Національного університету кораблебудування. — 2022. — № 2. — С. 112–117 [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/znpnuk_2022_2_21.

82. Яремко В.О. Новий словник української мови / В. О. Яремко, О. В. Сліпушко. — 4 тома. Т.2. — К.: Видавництво «Аконіт». — 2021. — 912 с.

83. Abele, Eberhard Meyer. Global Production. A Handbook for Strategy and Implementation. Springer, Berlin, Heidelberg. — 2018. — P. 34-101.

84. Außenhandel. Zusammenfassende Übersichten für den Außenhandel. Fachserie 7 Reihe 1. August 2015. Statistische Bundesamt; Wiesbaden. — 2023. — 97 s.

85. Auto Business (2022), «OEM sourcing strategies» [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.globalinsight.com/MultiClientStudy/>.

86. Automobile Sector Study: Mid Term Report // Trade SIA of the Association agreement under negotiation between the European Community and MERCOSUR, the University of Manchester, 2022. — 167 p.

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

88. Carlucci L. A Note on the Ordinal Analysis of $\mathbf{RCA}$ // Conference on Computability in Europe. Springer, Cham, 2019. – P. 144-155.

89. 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.

90. Cooney S., Yacobucci B. D. U.S. Automotive Industry: Policy Overview and Recent History // CRS Report for Congress, (Order Code RL32883), Congressional Research Service, The Library of Congress, April 25, 2023. – 106 p.

91. 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.

92. ECLAC (Economic Commission for Latin America and the Caribbean) (2023), Foreign Investment in Latin America and the Caribbean, (LC/G.2226-P), Santiago, Chile, May, 2023. United Nations publication, Sales No. E.04.II.G.54, 162 p.

93. Economic Commission for Europe (ECE): Analytical Report on Industrial Co-operation among ECE Countries, Geneva. – 2022. – P. 2.

94. Economist Intelligence Unit, «Industry Report: Automotive July 2022»; and Geely corporate website [Электронный ресурс]. – Режим доступа :/ www.geely.com.

95. Financial Times (2023). Creating sustainable competitive advantage: the Toyota philosophy and its effects, Mastering Management Series [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ftmastering.com/mmo/index07.htm>).

96. Fujikura Automotive Europe [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fujikura-automotive.com>.
97. Gritton P. (2023). Toyota: surviving and thriving through supplier partnerships // Global Automotive Conference (Bowling Green, Kentucky, 8 April), Western Kentucky University.
98. Gründer Zeiten Nr. 11, aktualisierte Ausgabe 03/2019. – Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie. – 4 s.
99. Hunter Y. Global Automotive Market 2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://globalautomotivemarket.com>.
100. Huster, Jurgен (2021). Vietnam senkt Ziele und Steuern für Einführen von Personenkraftwagen. Bundesagentur für Außenwirtschaft, Cologne, 2021.
101. 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>
102. 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.
103. Kutschker, Michael/Schmid, Stefan (2018): Internationales Management. 6th revised and updated edition, Oldenbourg, Munich, Vienna, 2018. – 58 p.
104. Kutschker, Michael/Schmid, Stefan (2019): Internationales Management. 6th revised and updated edition. – Oldenbourg, Munich, Vienna, 2019.
105. Lissak K. A. Formation of cooperation model of development of bilateral economic relations between Ukraine and Germany: Monografia. – Ternopil: Novyj Kolir, 2019. – 288 p.
106. Lu Tong. Transnational Management Strategy of Chinese Enterprises // Economy and Management Press. – 2022. – P. 47-57.

107. MacNeill S., Chanaron J. Trends and drivers of change in the European automotive industry: (I) mapping the current situation // Int. J. Automotive Technology and Management. – 2019. – Vol. 5. – № 1. – P. 87-100.

108. Miao Qing, Ge Baoshan. Research on International Entrepreneurship Strategy Model of Automotive Enterprises // 2022 International Conference on Management Science & Engineering 15th Annual Conference Proceedings / Editors: LAN Hua, YANG Yu-hong. – Long Beach, USA: IEEE Technology Management Council, 2022. – P. 883-887.

109. Miao Qing, Ge Baoshan. The Researches on Outward-oriented Internationalization Strategy of China Automotive Industry // Proceedings of 2023 International Conference on Management Science & Engineering (16th) / Editor: Hua, L. – Harbin, China: Institute of Electrical and Electronics Engineers, 2023. – P. 728-732.

110. OESA (Original Equipment Suppliers Association) (2023). «OEM - Supplier relations from the supplier perspective», Global Automotive Conference (Bowling Green, Kentucky, 8 April), Western Kentucky University.

111. Porter, Michael E. (1986): Competition in Global Industries. A Conceptual Framework. In: Porter, Michael E. (1986, ed.): Competition in Global Industries. Harvard Business School Press. – Boston, 1986, p. 15-60.

112. Schmid, S., Grosche, P. «Managing the International Value Chain in the Automotive Industry. Strategy, Structure, and Culture» / Ed. ZV | Mediengestaltung & Sprachdienstleistungen, Gbtersloh. – Gbtersloh: Bertelsmann Stiftung, 2018. – 160 p.

113. Schmid, Stefan (2017): Markteintritts- und Marktbearbeitungsstrategien internationaler Unternehmen, in: WISU – Das Wirtschaftsstudium. – Vol. 31, № 5. – 2017. – P. 669-676.

114. Schmid, Stefan (2017, ed.): Strategien der Internationalisierung. Fallstudien und Fallbeispiele. 2nd revised and expanded edition, Oldenbourg, Munich –Vienna, 2017. – P. 3-34.

115. Schmid, Stefan/Hartmann, Swantje (2017): Renault und Nissan. Eine französisch-japanische Partnerschaft ohne Probleme? In: Schmid, Stefan (2017, ed.): Strategien der Internationalisierung. Fallstudien und Fallbeispiele. 2nd revised and expanded edition. – Oldenbourg, Munich, Vienna, 2017. – P. 341-361.

116. Sturgeon, T., Modular Production Networks: A New American Model of Industrial Organization // Industrial and Corporate Change, vol. 11, No. 3, February 2022.

117. Tang R. The Rise of China's Auto Industry and Its Impact on the U.S. Motor Vehicle Industry, Congressional Research Service (7-5700), R40924, November 16, 2019. – 29 p.

118. The Automobile Industry Pocket Guide, 2018-2023 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.acea.be/uploads/publications/ACEA_Pocket_Guide_2018-2023.pdf.

119. The Economist Intelligence Unit / McKinsey & Co. (2019), Succeeding in the next automotive century: a reprint of articles from the EIU Motor Business series, London. – 2019.

120. Trade Map-International Trade Statistics [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.intracen.org/>.

121. Tsuji, M. (2023). The relationship between Toyota and its parts suppliers in the age of information and globalization: concentration vs. dispersion, Industrial Agglomeration: facts and lessons for developing countries, M. Kagami and M. Tsuji (eds.), Tokio, Institute of Developing Countries (IDE)/Japan External Trade Organization.

ДОДАТОК А

Таблиця А.1

Класифікація міжнародної виробничої кооперації та її характеристика відповідно до мети та сфери діяльності

Форми	Основна мета кооперації	Особливості відносин між учасниками кооперації	Сфера діяльності
Надання ліцензій (або) виробничого досвіду	Отримання доступу до вже перевірених моделей розвитку виробництва та торгових марок	Наданні ліцензій, виробничого досвіду і знань з оплатою, яка використовується і в компенсаційній угоді.	Видобувна галузь
Компенсаційна угода	Збільшення ефективності від досить великого за масштабами виробництва, спрощення митного розрахунку та розширення можливостей виходу на міжнародний ринок	Поставка комплектуючим підприємствам устаткування, з оплатою їхньої вартості продукцією, яка буде виготовлена на його основі або сировиною, яка буде добута	нафтопереробна сфера, машинобудівна, гірничо – добувна,
Спільне виробництво	Спрощення виробничого процесу, заощадження ресурсів, створення нового, якісного, інноваційного продукту	Великий обсягом поставок та високий рівень взаємозалежності партнерів, що вимагає чіткого визначення обов'язків та технічних нормативів	Автомобільна , машинвидобувна та енергетична галузі
Підряд	Спрощення виробничого процесу та фінансове заощадження коштів на виробництво	зобов'язується виконувати певну роботу згідно замовлення його партнера по кооперації	ІТ сфера, маркетинг, легка промисловість, харчова та фармацевтична
Аутсорсинг	Концентрація на ключових моментах виробництва, залучення дешевої робочої сили	Виокремити частину виробничих та невиробничих функцій та передати їх стороннім організаціям, тим самим більше уваги приділити ключовим моментам виробництва	
Співробітництво на базі спільних проектів	Створення інноваційних товарів, акцент на науково-дослідницьку діяльність	Об'єднання можливостей двох і більше країн для реалізації певного проекту, розподіл обов'язків у здійсненні науково-технологічних досліджень	Авіаційна та космічна галузь, Виробництво електронних та радіо-електронних пристроїв та напівпровідників

ДОДАТОК Б

Таблиця Б.1

Динаміка вітчизняного експорту-імпорту комплектів проводки для транспортних засобів у 2012-2021 рр.

Роки	Експорт (тис. дол. США)	Імпорт (тис. дол. США)	Сальдо	Темп зростання експорту у %	Темп зростання експорту у тис. дол. США	Темп зростання імпорту у %	Темп зростання імпорту у тис. дол. США
2021	1151495,60	8044,10	1143451,4	-15,70	-214449,70	-17,310	-1684,10
2020	1365945,30	9728,20	1356217,1	12,23	148877,40	36,350	2593,50
2019	1217067,90	7134,70	1209933,2	21,00	211541,80	17,350	1055,00
2018	1005526,10	6079,60	999446,4	7,40	69341,00	-15,490	-1114,60
2017	936185,10	7194,20	928990,8	-10,00	-103758,20	-2,680	-198,30
2016	1039943,30	7392,50	1032550,7	9,30	88300,10	-33,000	-3641,20
2015	951643,10	11033,70	940609,5	18,70	149864,10	-34,090	-5706,90
2014	801779,00	16740,60	785038,4	-13,40	-123675,20	-6,770	-1214,70
2013	925454,20	17955,30	907499,0	46,30	293067,00	102,860	9104,00
2012	632387,20	8851,30	623536,0	-	-	-	-

За: [74].

ДОДАТОК В

Таблиця В.1

Попередня оцінка потенційних зарубіжних ринків

Показники	Німеччина	Польща	Угорщина	Чехія	Румунія	Словаччина	Нідерланди
	1..5	1..5	1..5	1..5	1..5	1..5	1..5
I. Генеральні фактори							
1.1. Політико-правові фактори							
- політична система	5	4	3	3	3	3	5
- система господарювання	4	4	4	4	3	3	5
- політична стабільність	5	3	3	4	2	3	4
- спеціальні політичні ризики	5	3	3	4	4	4	5
- рівень ліберальності умов господарювання	1	4	4	4	3	4	2
- стабільність правової системи	5	4	3	4	3	3	5
- стабільність правової бази	5	4	3	4	3	3	5
- криміногенна ситуація	5	5	4	4	3	3	5
1.2. Економічні фактори							
- загальноекономічний розвиток	5	4	3	3	3	2	5
- розвиток даної галузі	1	1	2	1	4	4	2
- економічні ризики	4	3	3	4	3	3	5
- у тому числі інфляційні ризики	5	5	3	4	2	3	5
- реальна зарплата	4	4	4	4	3	3	4
- можливість конвертації національної валюти	5	3	2	2	1	5	5
- кількість арбітражних розглядів	1	3	3	4	4	4	1
1.3. Технологічні фактори							
- науково-технічний рівень продукції	4	4	3	3	3	3	4
- рівень технології	1	2	3	2	3	4	1
- рівень вимог до параметрів економічності продукції в країні	1	2	3	2	3	4	1
1.4. Соціально-культурні фактори							
- особливі вимоги до продукції	2	3	3	2	4	4	2
- потенціал соціальних конфліктів	4	2	2	4	3	3	5
- соціально-культурні ризики	4	2	2	4	4	4	5
1.5. Географічні та інституційні фактори							
- рівень наявності природних ресурсів	4	3	3	3	3	3	4
- рівень розвитку ринкової інфраструктури	5	4	4	4	3	3	5
II. Ринкові фактори							
2.1. Мінімальний потенціал ринку	5	5	5	5	5	5	5
2.2. Динаміка зростання обсягів імпорту	5	5	5	5	4	4	5
2.3. Інтенсивність конкуренції	2	2	3	3	4	4	2
2.4. Наявність вітчизняних фірм на даному ринку	4	5	5	4	4	4	4
Сума	101	93	88	94	87	95	106

ДОДАТОК Е

Результати RCA-аналізу на базі інформації за 2021 р.

Таблиця Е.1

**Розрахунок індексів виявлених порівняльних переваг у торгівлі України
комплектами проводки для транспортних засобів у 2021 р.**

Проран- говані групи країн	Найменування групи товарів за ТН ЗЕД	Вартість товару, тис. дол. США		RCA (індекс виявленої порівняльної переваги)
		експорт	імпорт	
		(за умовами поставки ФОБ)	(за умовами поставки СІФ)	
	8544300000 - комплекти проводів для свічок запалювання та комплекти проводів інших типів, які використовуються в моторних транспортних засобах, літаках та на судах			
1	НІМЕЧЧИНА	309741,50	690,40	1,830
2	УГОРЩИНА	167262,50	547,40	0,700
3	РУМУНІЯ	119163,70	278,70	0,680
4	СЛОВАЧЧИНА	77580,30	47,80	0,660
5	НІДЕРЛАНДИ	64635,60	22,10	0,580
6	ПОРТУГАЛІЯ	28504,50	18,40	0,240
7	ІСПАНІЯ	10620,20	27,30	0,060
8	АЛЖИР	17,10	-	0,000
9	ГОНКОНГ	8,89308	0	0,000
10	ШРІ-ЛАНКА	8,30	-	0,000
11	М'ЯНМА	4,50	-	0,000
12	КАЗАХСТАН	1,10	-	0,000
13	КУБА	0,90	-	0,000
14	ЕФІОПІЯ	0,40	-	0,000
15	ГРУЗІЯ	0,10	-	0,000
16	МАЛІ	0,10	-	0,000
17	АВСТРАЛІЯ І ОКЕАНІЯ	-	0,00	0,000
18	АВСТРАЛІЯ	-	0,00	0,000
19	ГОНДУРАС	-	0,00	0,000
20	СІНГАПУР	-	0,00	0,000
21	УЗБЕКИСТАН	-	0,00	0,000
22	НАМІБІЯ	-	0,00	0,000
23	ЛІХТЕНШТЕЙН	-	0,10	0,000
24	ВЕНЕСУЕЛА, БОЛІВАРСЬКА РЕСПУБЛІКА	-	0,10	0,000
25	СЬЕРРА-ЛЕОНЕ	-	0,10	0,000
26	КОЛИШНЯ ЮГОСЛАВСЬКА РЕСПУБЛІКА МАКЕДОНІЯ	-	0,30	0,000
27	МАЛАЙЗІЯ	-	0,50	0,000
28	СЛОВЕНІЯ	-	0,60	0,000
29	ЛАТВІЯ	16,70	0,80	0,000

Продовження таблиці Е.1

Проранго- вані групи країн	Найменування групи товарів за ТН ЗЕД	Вартість товару, тис. дол. США		RCA (індекс виявленої порівняльної переваги)
		експорт	імпорт	
		(за умовами поставки ФОБ)	(за умовами поставки СІФ)	
30	ПІВДЕННА АФРИКА	-	1,40	0,000
31	ЕСТОНІЯ	-	1,70	0,000
32	ДАНІЯ	-	1,80	0,000
33	ФІЛІПІНИ	-	2,10	0,000
34	НІКАРАГУА	-	2,10	0,000
35	ІНДОНЕЗІЯ	-	2,20	0,000
36	АВСТРІЯ	60,0	2,90	0,000
37	МОЛДОВА,РЕСПУБЛІКА	5,5	2,70	0,000
38	В'ЄТНАМ	-	2,90	0,000
39	ХОРВАТІЯ	-	3,00	0,000
40	КАНАДА	0,2	3,90	-0,010
41	ФІНЛЯНДІЯ	-	4,10	-0,010
42	ТАЇЛАНД	-	4,20	-0,010
43	СЕРБІЯ	-	4,30	-0,010
44	ШВЕЦІЯ	1,0	6,40	-0,010
45	БОЛГАРІЯ	0,2	8,20	-0,010
46	ШВЕЙЦАРІЯ	105,4	9,70	-0,010
47	ОБ'ЄДНАНІ АРАБСЬКІ ЕМІРАТИ	1,9	12,60	-0,020
48	ІТАЛІЯ	1970,9	26,30	-0,020
49	БІЛОРУСЬ	45,3	17,10	-0,030
50	ЛИТВА	0,1	16,90	-0,030
51	МАРОККО	-	20,90	-0,030
52	ТУРЕЧЧИНА	0,5	24,10	-0,040
53	ТАЙВАНЬ, ПРОВІНЦІЯ КИТАЮ	-	36,30	-0,060
54	ТУНІС	-	48,30	-0,080
55	АФРИКА	17,6	72,00	-0,120
56	ЯПОНІЯ	0,3	88,00	-0,140
57	МЕКСИКА	-	137,50	-0,220
58	ІНДІЯ	7,1	149,20	-0,240
59	ВЕЛИКА БРИТАНІЯ	8960,2	235,50	-0,300
60	КОРЕЯ,РЕСПУБЛІКА	4,6	183,30	-0,300
61	БЕЛЬГІЯ	2,4	187,20	-0,300
62	ЧЕХІЯ	138036,6	1005,40	-0,320
63	РОСІЙСЬКА ФЕДЕРАЦІЯ	238,3	210,80	-0,340
64	ФРАНЦІЯ	0,2	222,30	-0,360
65	КИТАЙ	2,9	323,80	-0,530
66	США	6,1	325,10	-0,530
67	ПОЛЬЩА	290051,7	2163,40	-0,750

Розраховано автором за: [74].

ДОДАТОК Є

Таблиця Є.1

Географічна структура експорту комплектів проводки для транспортних засобів
вітчизняними підприємствами у 2021 р.

Проранговані групи країн	Найменування групи товарів за ТН ЗЕД	Обсяги експорту, тис. дол. США	Питома вага у експорті даної групи, %
	8544300000 - комплекти проводів для свічок запалювання та комплекти проводів інших типів, які використовуються в моторних транспортних засобах, літаках та на судах		
	ВСЬОГО	1151495.60	100.00
1	НІМЕЧЧИНА	259207.90	22.51
2	ПОЛЬЩА	257063.10	22.32
3	РУМУНІЯ	153206.90	13.31
4	ЧЕХІЯ	141324.60	12.27
5	УГОРЩИНА	128363.70	11.15
6	СЛОВАЧЧИНА	100203.60	8.70
7	НІДЕРЛАНДИ	62887.00	5.46
8	ВЕЛИКА БРИТАНІЯ	26051.00	2.26
9	ПОРТУГАЛІЯ	18183.60	1.58
10	ІСПАНІЯ	2215.70	0.19
11	ІТАЛІЯ	1865.00	0.16
12	АВСТРІЯ	358.70	0.03
13	ЛИТВА	202.30	0.02
14	КИТАЙ	83.20	0.01
15	ЛАТВІЯ	75.40	0.01
16	РОСІЙСЬКА ФЕДЕРАЦІЯ	55.90	0.00
17	АФРИКА	50.80	0.00
18	МАРОККО	39.50	0.00
19	МОЛДОВА, РЕСПУБЛІКА	32.40	0.00
20	ТУРЕЧЧИНА	18.50	0.00
21	ОБ'ЄДНАНІ АРАБСЬКІ ЕМІРАТИ	18.10	0.00
22	БОСНІЯ І ГЕРЦЕГОВИНА	12.10	0.00
23	АМЕРИКА	7.00	0.00
24	НІГЕРІЯ	5.90	0.00
25	США	4.80	0.00
26	ПІВДЕННИЙ СУДАН	4.70	0.00
27	ФРАНЦІЯ	2.50	0.00

За [74].

ДОДАТОК Ж

Таблиця Ж.1

Географічна структура імпорту комплектів проводки для транспортних засобів
українськими підприємствами у 2021 р.

Проранговані групи країн	Найменування групи товарів за ТН ЗЕД	Обсяги імпорту, тис. дол. США (за умовами поставки СІФ)	Питома вага у імпорті даної групи, %
	8544300000 - комплекти проводів для свічок запалювання та комплекти проводів інших типів, які використовуються в моторних транспортних засобах, літаках та на суднах		
	Всього	8044.10	100
1	НІМЕЧЧИНА	1654.20	20.560
2	УГОРЩИНА	1485.60	18.470
3	ЧЕХІЯ	1144.60	14.230
4	АЗІЯ	952.30	11.840
5	ПОЛЬЩА	924.10	11.490
6	АМЕРИКА	707.60	8.800
7	США	476.40	5.920
8	КИТАЙ	442.80	5.500
9	МЕКСИКА	215.00	2.670
10	РОСІЙСЬКА ФЕДЕРАЦІЯ	214.60	2.670
11	РУМУНІЯ	207.50	2.580
12	ЯПОНІЯ	189.10	2.350
13	ФРАНЦІЯ	167.30	2.080
14	КОРЕЯ,РЕСПУБЛІКА	151.50	1.880
15	ВЕЛИКА БРИТАНІЯ	123.10	1.530
16	ЛИТВА	104.00	1.290
17	АФРИКА	75.50	0.940
18	ТУРЕЧЧИНА	57.80	0.720
19	МАРОККО	47.10	0.590
20	ПОРТУГАЛІЯ	40.60	0.500
21	БІЛОРУСЬ	40.40	0.500
22	СЛОВАЧЧИНА	38.00	0.470
23	ІНДІЯ	36.40	0.450
24	БЕЛЬГІЯ	35.70	0.440
25	ІТАЛІЯ	35.20	0.440
26	ТУНІС	28.20	0.350
27	МАЛАЙЗІЯ	24.00	0.300
28	ФІНЛЯНДІЯ	19.90	0.250
29	ОБ'ЄДНАНІ АРАБСЬКІ ЕМІРАТИ	19.40	0.240

За: [74].

Додаток 3

Таблиця 3.1

Емпірична оцінка функціональної залежності прямих іноземних інвестицій та експорту товарів автомобільної галузі у межах виробничої кооперації

Dependent Variable: EXPORTSM

Method: Least Squares

Date: 01/26/22 Time: 03:54

Sample (adjusted): 2007Q2 2021Q4

Included observations: 59 after adjustments

EXPORTSM=C(1)*EXPORTSM(-1)+C(2)*FDISM

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C(1)	184.1979	13.76289	13.38366	0.0000
C(2)	0.056355	0.029139	1.933995	0.0580
R-squared	0.0605820	Mean dependent var	205.79480	
Adjusted R-squared	0.0443850	S.D. dependent var	63.744010	
S.E. of regression	62.313320	Akaike info criterion	11.134990	
Sum squared resid	225211.10	Schwarz criterion	11.204800	
Log likelihood	-332.04980	Hannan-Quinn criter.	11.162300	
F-statistic	3.7403360	Durbin-Watson stat	0.0790400	
Prob(F-statistic)	0.0579980			

Додаток К

Таблиця К.1

Емпірична оцінка функціональної залежності ПП та імпорту товарів
автомобільної промисловості у межах виробничої кооперації
(методом малих квадратів)

Dependent Variable: IMPORTSM

Method: Least Squares

Date: 01/26/23 Time: 06:19

Sample: 2007Q1 2021Q4

Included observations: 60

IMPORTSM=C(1)* MPORTSM (-
1)+C(2)*FDISM

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C(1)	251.36450	27.149480	9.2585380	0.00000
C(2)	0.2166850	0.0574810	3.7696590	0.05060
R-squared	0.1967910	Mean dependent var	334.40490	
Adjusted R-squared	0.1829420	S.D. dependent var	135.98980	
S.E. of regression	122.92290	Akaike info criterion	12.493760	
Sum squared resid	876381.70	Schwarz criterion	12.563570	
Log likelihood	-372.81270	Hannan-Quinn criter.	12.521060	
F-statistic	14.210330	Durbin-Watson stat	0.1097330	
Prob(F-statistic)	0.050020			