

ДЕТЕРМІНАНТИ РОЗВИТКУ АВТОМОБІЛЬНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Ткачов М.М., Погорєлов М.І., Івченко М.О.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

В будь-якій індустріально розвинутій країні автомобільна промисловість являється провідною галуззю, стан та розвиток якої суттєво впливає на вирішення економічних, соціальних, екологічних і науково-технічних проблем. Сучасна історія дає приклад десятків країн, що досягли процвітання за рахунок ставки на розвиток цієї галузі: Німеччина, Японія, США та ін. Від виробництва автомобілів безпосередньо залежить економіка Франції, Італії, Великобританії, Південної Кореї, Китаю тощо. Отже, автомобілебудування в промислово розвинених країнах суттєво впливає на економічний і соціальний розвиток суспільства, дає могутній імпульс розвитку інших галузей, забезпечує стійке зростання зайнятості населення, підвищує товарообіг і т.п. Об'єктивний аналіз зовнішніх чинників, що впливають на автомобільну промисловість, а також теоретичних основ державного регулювання економіки необхідний для ухвалення адекватних рішень щодо розвитку галузі автомобілебудування. Виходячи з цієї позиції, соціально-економічний аспект розвитку автомобілебудування стає основним мірилом ефективності державної політики у галузі автомобілебудування. Сучасне автомобілебудування по праву вважається барометром стану промисловості тієї чи іншої країни. Її роль в економіці надзвичайно велика, так в США, наприклад, в сфері виробництва автомобілів, враховуючи підприємства суміжних галузей, що поставляють сировину, матеріали і комплектуючі вироби, технічне обслуговування і ремонт, торгівлю, автодорожнє господарство, діючий автотранспорт, працює кожний шостий із працюючих в промисловості. В Японії на долю цієї галузі припадає близько 12% загального об'єму виробництва обробної промисловості.

Згідно даних проведеного нами дослідження слід відмітити, що продажі на внутрішньому ринку збільшуються швидше, ніж внутрішнє виробництво. З цього можна зробити висновок про наявність потенціалу для подальшого збільшення обсягів виробництва власної продукції з точки зору наявності споживчої аудиторії. В Україні існує відкладений попит на автомобілі. Від діяльності вітчизняних автовиробників, політики держави та стану економіки в цілому залежить, яким чином він буде задоволений у подальшому.

Література:

1. Ткачова Н.П., Перерва П. Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства // Економіка розвитку. – 2011. – № 4 (60). – С. 116-120.
2. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
3. Pererva P.G., Kocziszky G., Somosi Veres M., Kobieliava T.A. Compliance program: [tutorial] // ed.: P.G.Pererva, G.Kocziszky, M. Veres Somosi. – Kharkov-Miskolc : LTD «Planeta-prynt», 2019. – 689 p.
4. Перерва П.Г. Практический маркетинг / П.Г.Перерва.- Выпуск 3. Управление ассортиментом продукции.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 80 с.
5. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л., ПЕРЕРВА П.Г., КОБЕЛЕВА Т.О. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління // Вісник НТУ «ХПІ». – Харків : НТУ"ХПІ", 2015. – № 59 (1168). – С. 148-152.