

вид., зі змінами та доп. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2016. 424 с. 3. Яремко І. Й. Обліково-аналітичне забезпечення як інструментарій управління економічним розвитком підприємства. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління.* 2022. № 6. URL: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2022-6-09-02> (дата звернення: 01.11.2023). 4. Загородній А.Г., Партин Г.О. Обліково-аналітичне забезпечення менеджменту підприємства: монографія. 2022. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 248 с.

УДК 338.001.36

Огородник С.О., здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії

Науковий керівник: **Шадура-Никипорець Н.Т.**, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри економіки, обліку і оподаткування

Національний університет «Чернігівська політехніка», м. Чернігів, Україна

АНАЛІЗ СТРАТЕГІЧНИХ ІНСТРУМЕНТІВ РОЗВИТКУ АВТОМОБІЛЕБУДІВНИХ КОРПОРАЦІЙ

Ключові слова: корпорація, ринок, автомобілебудування, стратегії, продажі.

Нині технології швидко вдосконалюються. Те, що раніше сприймалося як неймовірне та технічно недосяжне – стає звичайним у повсякденності. Наприклад сьогодні суспільство навіть не замислюється, наскільки складними стали сучасні автомобілі. Для того, щоб «утриматись на плаву» та займати лідируючі позиції на галузевому ринку автомобілів, корпораціям-виробникам доводиться розробляти нові стратегії поведінки з урахуванням зростаючих очікувань споживачів та суспільства загалом [1].

Автомобільна промисловість є важливою базовою складовою сучасної світогосподарської економіки. Вона складається з широкого кола організацій і компаній, котрі займаються проектуванням, розробкою, маркетингом, виробництвом та продажами автомобілів. Компанії, які входять до першої десятки найкращих та найпопулярніших виробників світу, суттєво відрізняються як за обсягами продажу автомобілів, так і за потенціалом впливу на ринок. Із них, зокрема, два виробники-лідери (табл. 1) стверджують, що зберігати лідерські позиції вони можуть лише за рахунок правильно обраної менеджментом компаній стратегії розвитку [2].

Таблиця 1

Поточний стан та перспективи розвитку автомобілебудівних корпорацій-лідерів*

	<i>Поточний стан:</i>	<i>Перспективи розвитку:</i>
Toyota Motor Corporation	виклики, пов'язані з випадками викидів, вплинули на репутацію та конкурентоспроможність, поступове відновлення після переосмислення стратегії та великих інвестицій в електромобілі.	випуск нових моделей електрокарів і розвиток цифрових сервісів, співпраця з іншими гравцями галузі, щоб зменшити витрати та підвищити конкурентоспроможність.
Volkswagen AG	сильна конкуренція в традиційному та гібридному сегментах ринку, стабільна рентабельність завдяки масштабності виробництва та високій якості продукції.	посилення досліджень в області водневих технологій і розширення лінійки гібридних і електрокарів, глобальна стратегія впровадження інтегрованих технологій для підвищення конкурентоспроможності.

* Побудовано автором за даними [2, 3, 4, 5]

Аналіз поточного стану та перспектив розвитку автомобілебудівних корпорацій-лідерів ринку (табл. 2) за 2020-2025 рр., демонструє, що протягом аналізованого періоду вони віддають перевагу інноваційним стратегічним рішенням, котрі сприяють підвищенню рівня їх економічної ефективності та забезпечують стабільну першість на ринку.

Поточні та перспективні зміни на ринку у 2020-2025 рр.*

Корпорація / Ринок	Продажі, один.	Поточні/перспективні зміни	Рік
Volkswagen AG	25 млн.	інвестувати 12 млрд. дол. у нові моделі електромобілів	2020 2025
TMC	9,5 млн до 7,37 млн	продажі -10,5%, з урахуванням дочок – на 11,3%, за межами Японії -12,3%, вперше за 9 років.	2020
Volkswagen AG	9,3 млн	продажі -15%, до менше ніж 10 млн. одиниць вперше за 5 років	2020
Китайський ринок	24 млн 459 тис.	це нижче за цифри 2019 року на 4%	2020
США	14,47 млн	падіння на 14,8%.	2020
Західна Європа	12 млн 395 тис.	ринок впав на 23,9%	2020
Східна Європа	3 млн 891 тис.	ринок впав на 5,5%	2020
Північна Америка	2 млн 280 тис.	падіння на 26,6%	2020
Японія	4 млн 541 тис.	-11,5%	2020
Канада	1 млн 549 тис.	-19,6%	2020
Південна Корея	1 млн 549 тис.	продажі зросли на 6%	2020
TMC	10,5 млн	найбільші постачальники за кількістю проданих авто	2021
Volkswagen AG	8,9 млн	найбільші постачальники за кількістю проданих авто	2021
Китай	27 млн	експорт 11,5% від загального виробничого обсягу	2022
TMC	10,48 млн	продажі групи, в яку, окрім Toyota, входять Daihatsu та Hino, на 0,1% менше у порівнянні з попереднім роком, а продаж моделей з Інтернет доступом склав 11,5%	2022
Японський ринок	1,91 млн 8,58 млн	від загальної кількості реалізованих машин, реалізація у всіх інших регіонах разом узятих	2022
Volkswagen AG	8,3 млн	на 7% менше у порівнянні з 2021 році, найгірший результат за 11 років (до кінця 2022 року), а продаж моделей з Інтернет доступом склав 11,7%	2022
Китай	-	у першому кварталі вперше вийшов на лідируючу позицію на ринку з експорту автомобілів, майже 40% експорту зайняли електромобілі, цьому сприяло збільшення постачання машин до Росії, у січні-березні експорт автомобілів зріс на 58% порівняно з тим самим періодом минулого року	2023
TMC	10,4 млн	прогноз	2023
Volkswagen AG	7,99	прогноз	2023
TMC	понад 11 млн.	прогноз	2030
Volkswagen AG	відновляється	прогноз	2024

* Побудовано автором за даними [4, 5]

Проведений аналіз дозволяє дійти висновку про домінування саме інноваційних стратегій автомобілебудівних корпорацій на сучасному етапі розвитку світової економіки, що характеризується високим рівнем мінливості та невизначеності. Використання подібних підходів та інструментів до стратегічного планування дозволяє ефективно реагувати на виклики, зберігаючи прибутковість, ринкові позиції та лояльність споживачів.

Список використаних джерел: 1. Пилипенко Г.М., Мірошніченко Ю.В., Сліпко А.Д. Стратегічна поведінка компаній галузевого ринку легкових автомобілів споживчого класу. *Економічний вісник. Розділ: Економічна теорія*. 2021. №2. НТУ «Дніпровська політехніка». С. 44-51. URL: https://ev.nmu.org.ua/docs/2021/2/EV20212_044-051.pdf. 2. *Вдосконалення маркетингової діяльності* URL: <http://surl.li/nkvuw> 3. *Культура повна протиріч – причина успіху виробничої системи Toyota*. URL: <https://bpi-group.com.ua/blog/protivorechiya-kak-prichina-uspeha-proizvodstvennoj-sistemy-toyota/>. 4. *Інформаційно-аналітична група Autoconsulting*. URL:

<https://autoconsulting.ua/news.php?catid=41>. 5. Інститут досліджень авторинку. URL: <https://eauto.org.ua/about>.

УДК 331.005

Філоненко А.Г., здобувач вищої освіти 2 курсу спеціальності 071 «Облік і оподаткування»
Науковий керівник: **Пшенична М.В.**, канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів та обліку
Інститут економіки та менеджменту, ЗВО Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна», м. Київ, Україна

ОСОБЛИВОСТІ АНАЛІЗУ СТАНУ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТРУДОВИМИ РЕСУРСАМИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Ключові слова: аналіз, трудові ресурси, ефективність використання, продуктивність праці, конкурентоспроможність.

Будучи основним фактором виробництва та розвитку бізнесу, трудові ресурси відіграють ключову роль в діяльності підприємства. Від ступеня забезпеченості фірми трудовими ресурсами та їх раціонального використання залежить конкурентоспроможність суб'єкта, ефективність його економічної діяльності та фінансовий результат господарювання.

Однак впродовж останніх років вітчизняним підприємствам все частіше доводиться зіштовхуватися з викликами саме кадрового забезпечення виробничих процесів. Спершу пандемія COVID-19, а згодом військова агресія рф суттєво вплинули на ринок праці в Україні. Повномасштабне вторгнення спричинило демографічний шок, внаслідок чого велика частка українців стали внутрішньо переміщеними особами або отримали статус біженця в іноземних країнах. Міграція жіночого населення, мобілізація частини чоловічого населення, безпекові виклики, довготривалі перебої в електропостачанні погіршили і без того напружену ситуацію з розвитком кадрового потенціалу, призвівши до підвищення витрат на трудові ресурси. Тому в нових реаліях особливого значення набуває проведення комплексного аналізу та підбір релевантних інструментів оцінювання стану та забезпеченості підприємства трудовими ресурсами в умовах воєнного часу.

Традиційні підходи до організації економічного аналізу стану та використання трудових ресурсів на підприємстві передбачають реалізацію таких етапів як:

1. Визначення необхідних для аналізу показників, що характеризують стан і ефективність використання трудових ресурсів підприємства за певний період часу.
2. Розрахунок фактичних показників і визначення динаміки їх зміни порівняно з минулими періодами.
3. Визначення факторів і причин, що вплинули на зміну показників стану та використання трудових ресурсів підприємства.
4. Аналіз кожного виявленого фактору, як окремо, так і у взаємозв'язку з іншими факторами.
5. Визначення ступеня впливу аналізованих показників на якість і обсяг виробленої та реалізованої продукції.
6. Розроблення рекомендацій на підставі проведеного економічного аналізу для прийняття рішень щодо підвищення ефективності використання трудових ресурсів.

Окреслені вище кроки дійсно дозволяють виявити і оцінити рівень забезпеченості підприємства трудовими ресурсами, але вимагають перегляду використовуваних для цього аналітичних показників.

Так, Ю.І. Паршин виділяє такі показники використання трудових ресурсів підприємства, як: середньооблікова чисельність робітників, зайнятих на підприємстві, рівень зайнятості фізичною та розумовою працею, інтенсивність праці, число відпрацьованих днів [1, с.64].

У свою чергу, Г.В. Соломіна наголошує на важливості оцінки показників руху персоналу, продуктивності праці й ефективності витрат на працю. До основних показників