

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний університет «Запорізька політехніка»

Факультет бізнес-технологій та економіки

(повне найменування інституту, назва факультету)

Кафедра економіки та митної справи

(повна назва кафедри)

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему: «Світовий автомобільний ринок у системі сучасних міжнародних економічних відносин: виклики і перспективи розвитку»

Виконав

студент 4 курсу, групи БТЕ-1912
спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини», ОПП
«Міжнародний бізнес»

(код і назва напрямку підготовки, спеціальності)

Гльїна І.О.

(прізвище та ініціали студента)

Керівник Губарь О.В.

(прізвище та ініціали)

Рецензент _____

(прізвище та ініціали)

м. Запоріжжя

2026 рік

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Національний університет «Запорізька політехніка»

Факультет: бізнес-технологій та економіки

Кафедра: економіки та митної справи

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Спеціальність: 292 «Міжнародні економічні відносини», ОПП «Міжнародний бізнес»

Галузь знань: 29 міжнародні відносини

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри,

к.держ.упр., доцент

_____ Андрій СОКОЛОВ

“ _____ ”

_____ 20__ року

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ БАКАЛАВРСЬКУ РОБОТУ

Ільїна Ірина Олександрівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Світовий автомобільний ринок у системі сучасних міжнародних економічних відносин: виклики і перспективи розвитку
керівник роботи к.е.н., Губарь О.В.

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

затверджені наказом вищого навчального закладу від «05» травня _____ 2026 року № 216

2. Термін подання здобувачем роботи 01 червня 2026 року

3. Вихідні дані до роботи наукові праці українських і зарубіжних учених з аналітичні звіти European Commission, Міжнародної організації виробників автомобілів (ОІСА); статистичні та аналітичні матеріали щодо розвитку галузі автомобілебудування, матеріали офіційних сайтів міжнародних автовиробників, організацій.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Розкрити теоретико-методичні засади дослідження світового автомобільного ринку в системі міжнародних економічних відносин. Визначити сутність, структуру та місце світового автомобільного ринку в системі сучасних міжнародних економічних відносин. Узагальнити методичні підходи та показники аналізу розвитку світового автомобільного ринку в умовах глобалізації. Проаналізувати сучасний стан, динаміку та регіональну структуру світового автомобільного ринку. Дослідити вплив глобальних економічних, технологічних і геополітичних викликів на розвиток світового автомобільного ринку. Визначити основні проблеми та виклики функціонування світового автомобільного ринку в сучасних умовах.

Обґрунтувати перспективні напрями розвитку світового автомобільного ринку в умовах трансформації міжнародних економічних зв'язків. Сформулювати висновки за результатами проведеного дослідження.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) 9 таблиць, 3 рисунки., 1 додаток.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	прийняв виконане завдання
I розділ	доц., к.е.н., Губарь О.В.	08.04.2026	26.04.2026
II розділ	доц., к.е.н., Губарь О.В.	06.05.2026	20.05.2026
III розділ	доц., к.е.н., Губарь О.В.	18.05.2026	31.05.2026
нормоконтроль	доц., к.і.н., Лазнева І.О.	01.06.2026	06.06.2026

7. Дата видачі завдання 10 березня 2026 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів бакалаврської роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір теми	11-14.03.2026	
2	Підбір літератури та вивчення літературних джерел	14-24.03.2026	
3	Складання плану роботи	24.03.2026	
4	Написання вступу	22.03.-28.03.2026	
5	Виконання розділу 1	08.04.-25.04.2026	
6	Виконання розділу 2	06.05.-20.05.2026	
7	Виконання розділу 3	18.05.-31.05.2026	
8	Формулювання загальних висновків	22.05.-04.06.2026	
9	Оформлення роботи та проходження нормоконтролю	01.06.-05.06.2026	
10	Одержання відгуку та рецензії	01.06.-05.06.2026	
11	Подання остаточного варіанту роботи на кафедру	05.06.2026	

Здобувач

(підпис)

Льїна І.О.

(прізвище та ініціали)

Керівник роботи

(підпис)

Губарь О.В.

(прізвище та ініціали)

РЕФЕРАТ

КБР: 73 с., 9 табл., 3 рис., 1 дод., 49 джерел.

СВІТОВИЙ АВТОМОБІЛЬНИЙ РИНОК, МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ, ГЛОБАЛІЗАЦІЯ, ПОПИТ, ПРОПОЗИЦІЯ, РЕГІОНАЛЬНА СТРУКТУРА, ГЕОПОЛІТИЧНІ ВИКЛИКИ

WORLD AUTOMOTIVE MARKET, INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS, GLOBALIZATION, DEMAND, SUPPLY, REGIONAL STRUCTURE, GEOPOLITICAL CHALLENGES

Об'єкт дослідження – світовий автомобільний ринок у системі сучасних міжнародних економічних відносин.

Предмет дослідження – особливості функціонування, тенденції, виклики та перспективи розвитку світового автомобільного ринку в умовах трансформації міжнародних економічних відносин.

Мета роботи – аналіз сучасного стану світового автомобільного ринку в системі міжнародних економічних відносин та обґрунтування перспективних напрямів його розвитку в умовах глобальних економічних, технологічних і геополітичних викликів.

Методи дослідження – абстрактно-логічний – для розкриття сутності, структури та місця світового автомобільного ринку в системі сучасних міжнародних економічних відносин; методи аналізу і синтезу – для узагальнення теоретичних підходів до дослідження світового автомобільного ринку; статистичний аналіз – для оцінки сучасного стану, динаміки та регіональної структури світового автомобільного ринку; порівняльний аналіз – для зіставлення позицій окремих країн і регіонів на світовому автомобільному ринку; графічний і табличний методи – для наочного подання

результатів дослідження; прогнозний метод – для визначення перспектив розвитку світового автомобільного ринку.

У роботі досліджено сутність, структуру та місце світового автомобільного ринку в системі сучасних міжнародних економічних відносин. Узагальнено методичні підходи та показники аналізу розвитку світового автомобільного ринку в умовах глобалізації. Проаналізовано сучасний стан, динаміку та регіональну структуру світового автомобільного ринку. Визначено вплив глобальних економічних, технологічних і геополітичних викликів на розвиток світового автомобільного ринку. Виокремлено основні проблеми та виклики його функціонування в сучасних умовах. Обґрунтовано перспективні напрями розвитку світового автомобільного ринку в умовах трансформації міжнародних економічних зв'язків.

The essence, structure and place of the world automotive market in the system of modern international economic relations are examined. Methodical approaches and indicators for analyzing the development of the world automotive market under globalization are generalized. The current state, dynamics and regional structure of the world automotive market are analyzed. The impact of global economic, technological and geopolitical challenges on the development of the world automotive market is determined. The main problems and challenges of the functioning of the world automotive market in modern conditions are identified. Promising directions for the development of the world automotive market in the context of the transformation of international economic relations are substantiated.

ЗМІСТ

Завдання на кваліфікаційну бакалаврську роботу.....	2
Реферат.....	4
Перелік умовних позначень, символів, одиниць, скорочень і термінів	7
Вступ.....	8
1 Теоретико-методологічні засади дослідження світового автомобільного ринку в системі міжнародних економічних відносин.....	13
1.1 Сутність, структура та місце світового автомобільного ринку в системі сучасних міжнародних економічних відносин.....	13
1.2 Методичні підходи та показники аналізу розвитку світового автомобільного ринку в умовах глобалізації.....	20
2 Аналіз сучасного стану світового автомобільного ринку та його трансформації.....	31
2.1 Сучасний стан, динаміка та регіональна структура світового автомобільного ринку	31
2.2 Вплив глобальних економічних, технологічних і геополітичних викликів на розвиток світового автомобільного ринку	39
3 Перспективи розвитку світового автомобільного ринку в системі сучасних міжнародних відносин	48
3.1 Основні проблеми та виклики функціонування світового автомобільного ринку в сучасних умовах.....	48
3.2 Перспективні напрями розвитку світового автомобільного ринку в умовах трансформації міжнародних економічних зв'язків.....	53
Висновки.....	62
Перелік джерел посилань.....	65
Додаток А.....	71

**ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ,
СКОРОЧЕНЬ І ТЕРМІНІВ**

Скорочення	Словосполучення
EAMA	European Automobile Manufacturers' Association
ASEAN / АСЕАН	Асоціація держав Південно-Східної Азії
АРЕС / АТЕС	Азіатсько-Тихоокеанське економічне співробітництво
BEV	Battery Electric Vehicle, акумуляторний електромобіль
EV	Electric Vehicle, електромобіль
FDI / ПІІ	прямі іноземні інвестиції
GDP / ВВП	валовий внутрішній продукт
GVC	Global Value Chains, глобальні ланцюги доданої вартості
ICE	Internal Combustion Engine, двигун внутрішнього згоряння
IEA	International Energy Agency, Міжнародне енергетичне агентство
IFC	Міжнародна фінансова корпорація
IT	інформаційні технології
ITC	International Trade Centre, Міжнародний торговельний центр
M&A / ЗіП	злиття і поглинання
MBRR / МБРР	Міжнародний банк реконструкції та розвитку
OECD / ОЕСР	Організація економічного співробітництва та розвитку
OEM	Original Equipment Manufacturer, виробник оригінального обладнання
OICA	International Organisation of Motor Vehicle Manufacturers
PHEV	Plug-in Hybrid Electric Vehicle, підключуваний гібридний електромобіль

ВСТУП

Світовий автомобільний ринок у сучасних умовах посідає важливе місце в системі міжнародних економічних відносин, оскільки поєднує виробничі, торговельні, інвестиційні, технологічні та логістичні процеси на глобальному рівні. Його розвиток визначається не лише динамікою попиту і пропозиції на транспортні засоби, а й змінами у структурі міжнародного поділу праці, трансформацією глобальних ланцюгів доданої вартості, посиленням ролі транснаціональних корпорацій, змінами у зовнішньоторговельній політиці держав та прискоренням інноваційних процесів. Автомобільна галузь залишається однією з найбільш інтегрованих у світову економіку, оскільки охоплює широку мережу постачальників комплектуючих, виробників, дистриб'юторів, фінансових установ і сервісних операторів. Водночас сучасний етап її розвитку характеризується суттєвим впливом геополітичної нестабільності, змін у торговельних режимах, екологічних вимог, цифровізації та електрифікації транспорту. За даними ОІСА, світове виробництво автотранспортних засобів у 2024 році зберігало значні регіональні диспропорції, тоді як ІЕА фіксує подальше прискорення електромобільної трансформації: у 2025 році глобальні продажі електромобілів, за прогнозом, перевищать 20 млн одиниць і становитимуть понад чверть усіх продажів автомобілів у світі. Одночасно WTO вказує на збереження нестабільності у світовій торгівлі, а АСЕА підкреслює зростання ролі інфраструктурних, конкурентних і торговельних чинників у функціонуванні автомобільної індустрії. Це зумовлює необхідність поглибленого дослідження світового автомобільного ринку саме в контексті сучасних міжнародних економічних відносин.

Актуальність теми полягає в тому, що світовий автомобільний ринок перетворився на одну з ключових сфер, у якій найбільш виразно

відображаються глобальні структурні зміни у світовій економіці. З одного боку, він залишається індикатором рівня промислового розвитку країн, стану міжнародної кооперації та інтенсивності світової торгівлі. З іншого боку, саме в автомобільній галузі концентруються сучасні виклики, пов'язані з переходом до низьковуглецевої моделі розвитку, зміною споживчих пріоритетів, зростанням технологічної конкуренції, поширенням штучного інтелекту, автоматизації виробництва та переглядом глобальних виробничих стратегій. У 2024 році світова торгівля електромобілями зросла майже на 20 %, а частка електромобілів у глобальних продажах продовжила збільшуватися, що безпосередньо впливає на конфігурацію міжнародної конкуренції, локалізацію виробництва, інвестиційні потоки та зовнішньоекономічні позиції окремих країн. Саме тому вивчення тенденцій, проблем і перспектив розвитку світового автомобільного ринку є важливим як з теоретичного, так і з практичного погляду.

Теоретичну основу дослідження становлять праці вітчизняних і зарубіжних учених, присвячені міжнародним економічним відносинам, світовій економіці, міжнародному бізнесу, транснаціоналізації виробництва, глобальній конкуренції та розвитку галузевих ринків. У роботі враховано підходи І. Амеліної, А. Голікова, В. Герасимчука, Д. Лук'яненка, О. Шниркова, П. Куцика, В. Вергуна, О. Савича, А. Малюти, Л. Іванової, Л. Ковалевського, М. Шуби, Р. Зварича, О. Андронік та О. Савочкіна. Узагальнення цих підходів дало змогу поєднати теоретичне бачення міжнародних економічних відносин з аналізом сучасної трансформації автомобільного ринку.

Інформаційну та аналітичну базу роботи становлять офіційні статистичні та аналітичні матеріали International Organization of Motor Vehicle Manufacturers, International Energy Agency, European Automobile Manufacturers' Association, World Trade Organization, United Nations Conference on Trade and Development, International Trade Centre, Statista, Bloomberg, CEOWORLD Magazine та інші джерела, що дають змогу оцінити сучасний стан, структуру і

перспективи розвитку світового автомобільного ринку. Особливе значення мають матеріали ОІСА щодо виробництва і продажів транспортних засобів, ІЕА щодо електромобільності, WTO щодо глобальної торговельної динаміки, АСЕА щодо автомобільної індустрії Європи та UNCTAD щодо інвестиційних процесів у світовій економіці.

Об'єктом дослідження є світовий автомобільний ринок у системі сучасних міжнародних економічних відносин.

Предметом дослідження є особливості функціонування, тенденції, проблеми, виклики та перспективи розвитку світового автомобільного ринку в умовах трансформації міжнародних економічних зв'язків.

Метою дослідження є обґрунтування теоретико-методичних засад та розробка практичних підходів до оцінювання сучасного стану світового автомобільного ринку і визначення перспективних напрямів його розвитку в системі сучасних міжнародних економічних відносин.

Для досягнення поставленої мети у роботі визначено такі **завдання**:

- розкрити сутність, структуру та місце світового автомобільного ринку в системі сучасних міжнародних економічних відносин;
- узагальнити методичні підходи та показники аналізу розвитку світового автомобільного ринку в умовах глобалізації;
- проаналізувати сучасний стан, динаміку та регіональну структуру світового автомобільного ринку;
- дослідити вплив глобальних економічних, технологічних і геополітичних викликів на його розвиток;
- визначити основні проблеми та виклики функціонування світового автомобільного ринку в сучасних умовах;
- обґрунтувати перспективні напрями розвитку світового автомобільного ринку в умовах трансформації міжнародних економічних зв'язків.

Методологічну основу дослідження становлять загальнонаукові та спеціальні методи пізнання. Абстрактно-логічний метод використано для розкриття сутності, структури та функцій світового автомобільного ринку; методи аналізу і синтезу – для узагальнення теоретичних підходів до дослідження міжнародних економічних відносин і галузевих ринків; статистичний метод – для оцінювання динаміки виробництва, продажів, експорту, імпорту та регіональної структури світового автомобільного ринку; порівняльний метод – для зіставлення позицій окремих країн і регіонів; графічний і табличний методи – для наочного подання результатів дослідження; метод прогнозування – для визначення перспектив розвитку ринку в умовах трансформації міжнародних економічних зв'язків. Такий методичний інструментарій дав змогу комплексно дослідити автомобільний ринок як складову сучасної світогосподарської системи.

Практичне значення роботи полягає в тому, що її результати можуть бути використані для аналітичної оцінки сучасних тенденцій розвитку світового автомобільного ринку, визначення впливу глобальних викликів на міжнародну конкурентоспроможність галузі, а також для обґрунтування можливих напрямів адаптації національної економіки та суб'єктів господарювання до нових умов функціонування автомобільної індустрії. Отримані висновки можуть бути корисними у навчальному процесі, під час підготовки аналітичних матеріалів, а також у практиці дослідження міжнародних ринків та глобальних виробничих систем.

Апробація результатів дослідження. Ключові теоретико-методичні та науково-практичні положення й висновки бакалаврської роботи оприлюднені автором і отримали позитивну оцінку на науково-практичних конференціях: щорічній науково-практичній конференції викладачів, науковців, молодих учених, аспірантів та студентів «Тиждень науки-2026» (13-17 квітня 2026 р., м. Запоріжжя); XXI Всеукраїнській науково-практичній Інтернет-

конференції «Професійне становлення молоді в умовах інтеграційного розвитку України» (28 травня 2026 р., м. Хмельницький).

Робота складається з вступу, 3 розділів, висновків; містить 73 сторінки тексту. Перелік джерел посилань включає 49 найменування.

1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СВІТОВОГО АВТОМОБІЛЬНОГО РИНКУ В СИСТЕМІ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

1.1 Сутність, структура та місце світового автомобільного ринку в системі сучасних міжнародних економічних відносин

У науковій літературі світовий автомобільний ринок розглядається як багаторівнева система міжнародного виробництва, торгівлі, інвестицій і технологічної кооперації. Малюта у співавторстві акцентує увагу на тому, що сучасний автомобільний ринок характеризується поєднанням товарної, виробничої та інноваційної складових [23, с. 111]. Іванова розкриває кон'юнктурний зміст цього ринку через взаємодію попиту, пропозиції, доходів споживачів, кредитних умов і міжнародної конкуренції [12, с. 90]. Шуба обґрунтовує, що ринок легкових автомобілів найбільш чутливо відображає зміни споживчої поведінки, технологічних стандартів і регіональної структури світової економіки [35, с. 179]. Зварич пов'язує сучасну трансформацію галузі з електрифікацією, «зеленим» переходом і зміною макроекономічних ефектів автомобільного виробництва [9, с. 164; 10, с. 41]. Савочкін розглядає автомобільну галузь крізь призму глобальних ланцюгів доданої вартості, де окремі країни спеціалізуються на проектуванні, виробництві компонентів, складанні, логістиці або післяпродажному сервісі [30, с. 524]. Такий підхід дає підстави визначати світовий автомобільний ринок не лише як сферу продажу транспортних засобів, а як комплексну систему міжнародних економічних зв'язків.

Сутність світового автомобільного ринку розкривається через поєднання кількох фундаментальних характеристик. По-перше, це високотехнологічний ринок, де конкурентоспроможність визначається рівнем інженерних рішень, цифровізації, автоматизації виробництва та інноваційної активності. По-друге, це капіталомісткий ринок, оскільки створення і

модернізація виробничих потужностей, розробка нових платформ, проведення дослідно-конструкторських робіт і розвиток збутової мережі потребують значних інвестицій. По-третє, це глобалізований ринок, де виробництво, постачання і продажі розосереджені між різними країнами та регіонами. По-четверте, це стратегічно важливий ринок, тісно пов'язаний з розвитком суміжних галузей, інфраструктури, зайнятості, енергетики та міжнародної торгівлі [14, с. 60].

В економічній системі автомобільний ринок виконує низку важливих функцій. Насамперед він забезпечує задоволення транспортних потреб населення, бізнесу та державного сектору. Одночасно він є джерелом формування значної частки промислової доданої вартості, стимулює розвиток металургії, хімічної промисловості, електроніки, логістики, фінансових і сервісних послуг. Крім того, автомобільна галузь створює значний мультиплікативний ефект у суміжних секторах і відіграє роль важливого каналу технологічного оновлення національних економік. У міжнародному вимірі вона сприяє інтеграції країн у глобальні виробничі системи, формує експортні потоки та визначає позиції окремих держав у світовій промисловій ієрархії [22, с. 48].

Сучасний світовий автомобільний ринок не можна зводити лише до сукупності операцій купівлі-продажу. Його зміст значно ширший, оскільки він функціонує як елемент міжнародного бізнесу, у якому вирішальне значення мають стратегія транснаціональних корпорацій, міжнародне розміщення виробництва, інвестиційна географія, зовнішньоторговельна політика та інституційні умови входження на ринки. Через це автомобільний ринок є простором реалізації складних форм міжнародної економічної взаємодії, де одночасно діють механізми конкуренції, кооперації, аутсорсингу, ліцензування, франчайзингу, вертикальної інтеграції та платформної взаємодії [4, с. 94].

Структура світового автомобільного ринку є багаторівневою. За товарною ознакою в його межах доцільно виділяти ринок легкових автомобілів, ринок комерційного транспорту, ринок електромобілів, ринок гібридних транспортних засобів, ринок комплектуючих та запасних частин, а також ринок супутніх послуг. Кожен із цих сегментів має власну динаміку попиту, різну чутливість до макроекономічних і технологічних змін та відмінні конкурентні параметри. Найбільш масовим і водночас найбільш індикативним залишається ринок легкових автомобілів, оскільки саме він найповніше відображає тенденції зміни доходів населення, структури споживання, впливу кредитування, екологічних обмежень і технологічних інновацій [29, с. 145].

За функціональною ознакою структура світового автомобільного ринку охоплює кілька взаємопов'язаних сегментів. Перший сегмент становить власне виробнича сфера, де створюється матеріальна основа ринку. Другий сегмент – збутовий, до якого належать дилерські мережі, дистриб'ютори, торговельні платформи та інші канали реалізації. Третій сегмент – сервісний, що включає технічне обслуговування, ремонт, продаж запасних частин і супутні послуги. Четвертий сегмент – фінансовий, де ключову роль відіграють автокредитування, лізинг, страхування та інші інструменти фінансового супроводу. П'ятий сегмент – цифровий, який охоплює інформаційні платформи, цифрові сервіси, системи навігації, програмне забезпечення та інтегровані рішення для мобільності [3, с. 57].

Окремої уваги заслуговує територіальна структура ринку. На світовому автомобільному ринку чітко виокремлюються великі регіональні центри виробництва і споживання, серед яких провідні позиції традиційно належать країнам Азії, Європи та Північної Америки. Водночас регіональна структура не є сталою: вона змінюється під впливом інвестиційної політики, державного стимулювання, технологічної модернізації, розвитку інфраструктури та перенесення виробничих потужностей. У сучасних умовах спостерігається

зміщення акцентів у бік країн, що змогли поєднати виробничу масштабність із технологічною модернізацією та активною участю у глобальних ланцюгах постачання [23, с. 112].

За суб'єктною ознакою світовий автомобільний ринок формується під впливом транснаціональних корпорацій, національних виробників, постачальників комплектуючих, інвестиційних структур, державних регуляторів, фінансових установ, логістичних операторів і кінцевих споживачів. Ключове місце в цій системі належить великим транснаціональним компаніям, які контролюють значну частину світового виробництва, патентів, маркетингових мереж і каналів розподілу. Саме ці суб'єкти визначають не лише конкурентну конфігурацію ринку, а й просторову логіку його розвитку, оскільки через них здійснюється міжнародне розміщення виробничих потужностей, перерозподіл інвестицій і формування довгих ланцюгів створення вартості [7, с. 23].

У системі міжнародних економічних відносин автомобільний ринок посідає особливе місце з кількох причин. По-перше, він є одним із найбільш глобалізованих секторів промисловості. По-друге, він забезпечує масштабний міжнародний обмін товарами та компонентами. По-третє, він залишається одним із ключових напрямів транснаціонального інвестування. По-четверте, він концентрує сучасні технологічні зрушення, включаючи електрифікацію, цифровізацію, автоматизацію виробництва та розвиток програмно-керованих рішень. По-п'яте, автомобільна галузь демонструє високий рівень залежності від державної політики, екологічних регламентів, митного регулювання та стратегій промислового розвитку [5, с. 76].

Місце світового автомобільного ринку в міжнародних економічних відносинах також визначається його роллю у міжнародному поділі праці. Автомобілебудування давно перестало бути виключно національною сферою виробництва. Сучасний автомобіль створюється у межах розгалуженої міжнародної кооперації, коли окремі елементи платформи, вузли, електроніка,

програмні модулі, акумулятори, елементи дизайну та маркетингові рішення розробляються і виробляються у різних країнах. Отже, кінцевий продукт є результатом координації численних транскордонних зв'язків, а національна спеціалізація дедалі більше залежить від здатності інтегруватися у глобальні виробничі мережі [30, с. 524].

З позиції міжнародної торгівлі автомобільний ринок має двоїсту природу. З одного боку, він є ринком готових транспортних засобів, де країни змагаються за частки експорту і доступ до ключових ринків збуту. З іншого боку, це ринок проміжної продукції, оскільки значна частина міжнародного обігу припадає на двигуни, трансмісії, електронні компоненти, акумуляторні модулі, металеві та пластикові елементи, шини, системи безпеки та інші вузли. Тому для оцінки реального місця автомобільного ринку у міжнародних економічних відносинах потрібно враховувати весь спектр товарних, компонентних і технологічних потоків [22, с. 102].

Однією з ключових характеристик сучасного світового автомобільного ринку є його чутливість до змін глобального економічного середовища. Попит на автомобілі безпосередньо залежить від доходів населення, умов кредитування, інфляції, рівня зайнятості та споживчих очікувань. Водночас пропозиція залежить від доступності сировини, комплектуючих, логістичних потужностей, вартості енергії та інвестиційних ресурсів. Отже, автомобільний ринок є своєрідним індикатором макроекономічної стабільності й одночасно фактором, який може суттєво впливати на промислове зростання, інвестиційну активність та зовнішньоторговельну динаміку окремих держав [9, с. 164].

У сучасних умовах роль світового автомобільного ринку в системі міжнародних економічних відносин дедалі більше визначається інноваційною трансформацією галузі. Автомобіль переходить із категорії переважно механічного виробу до категорії високотехнологічного цифрового продукту, у якому зростає частка програмного забезпечення, сенсорних систем, елементів автономного керування, комунікаційних модулів і платформних сервісів. Для

міжнародних економічних відносин це змінює зміст конкуренції: зростає значення інтелектуальної власності, технологічних стандартів, R&D-витрат і контролю над стратегічними компонентами [2, с. 121].

Суттєві зміни в сучасному автомобільному ринку пов'язані також із «зеленим» переходом. Екологічні вимоги, стандарти декарбонізації та поширення електромобілів трансформують не лише попит, а й модель галузевого розвитку. Якщо раніше конкурентні переваги будувалися насамперед навколо ефективності двигуна внутрішнього згорання, масштабів виробництва й сили бренду, то нині дедалі більшого значення набувають акумуляторні технології, енергоефективність, доступ до критичної сировини, розвиток зарядної інфраструктури та інтеграція виробників в екологічно орієнтовані ланцюги вартості [10, с. 41].

Світовий автомобільний ринок водночас є одним із ключових майданчиків реалізації стратегії транснаціональних корпорацій. Саме в автомобільній галузі найяскравіше проявляються такі риси міжнародного бізнесу, як трансфер технологій, міжнародна стандартизація, платформа глобального бренду, мережеве виробництво, географічна диверсифікація ризиків і гнучке управління ланцюгами постачання. Транснаціональні компанії використовують різні юрисдикції як джерела сировини, майданчики збирання, центри інженерних рішень, ринки збуту або логістичні вузли, що робить автомобільний ринок класичним прикладом глибокої транснаціоналізації економічної діяльності [33, с. 19].

Не менш важливою є інституційна складова цього ринку. Його функціонування значною мірою залежить від митної політики, технічного регулювання, стандартів безпеки, екологічних вимог, правил локалізації, системи податкових стимулів і промислової підтримки. Отже, автомобільний ринок має не лише ринкову, а й виразну регуляторну природу. Держави впливають на його розвиток через стимули для електромобільності, локалізаційні вимоги, програми підтримки інвестицій, торговельні бар'єри або

інструменти захисту внутрішнього ринку. У результаті ринок функціонує на перетині приватних економічних інтересів і державної економічної політики [28, с. 67].

Як окремий елемент міжнародних економічних відносин світовий автомобільний ринок має високу соціально-економічну значущість. Його розвиток впливає на зайнятість, національні бюджети, інвестиційний клімат, темпи промислового оновлення, стан транспортної системи та мобільність населення. У багатьох країнах автомобільна галузь є важливим джерелом податкових надходжень, експорту, індустріальної модернізації та технологічного розвитку. Через це зміни на ринку мають наслідки не лише для самих виробників, а й для ширших макроекономічних процесів, включаючи платіжний баланс, динаміку промислового випуску та структуру зовнішньої торгівлі [9, с. 169].

Особливість світового автомобільного ринку полягає також у тому, що він поєднує глобальні й регіональні тенденції. Глобальний рівень проявляється у стандартизації платформ, діяльності транснаціональних корпорацій, міжнародному русі капіталу і технологій. Регіональний рівень проявляється у формуванні відносно самостійних макроринків із власними регуляторними режимами, споживчими моделями та структурою попиту. Саме тому аналіз цього ринку повинен поєднувати глобальний і регіональний виміри, що дозволяє повніше оцінити його внутрішню неоднорідність і логіку просторового розвитку [24, с. 3].

Важливо враховувати і той факт, що в сучасних умовах автомобільний ринок є тісно пов'язаним із розвитком транспортної інфраструктури, енергетичних систем і цифрових платформ. Ефективність функціонування автомобільного сектору більше не визначається виключно виробничими показниками. Вона дедалі більше залежить від стану дорожньої мережі, зарядної інфраструктури, рівня урбанізації, цифрової взаємодії між транспортними системами, доступності сервісних екосистем і логістичної

ефективності. Внаслідок цього межі самого ринку розширюються, а його зміст набуває комплексного міжгалузевого характеру [25, с. 93].

Підсумовуючи, можна стверджувати, що світовий автомобільний ринок є не просто ринком транспортних засобів, а складною багаторівневою міжнародною системою, у якій концентруються виробничі, торговельні, інвестиційні, інноваційні та інституційні процеси. Його сутність визначається поєднанням товарної, виробничої, фінансової та технологічної складових. Його структура охоплює різні сегменти продукції, функціональні ланки, суб'єктів і регіональні підсистеми. Його місце в системі сучасних міжнародних економічних відносин зумовлюється роллю у міжнародному поділі праці, глобальних ланцюгах доданої вартості, транснаціоналізації виробництва, міжнародній торгівлі, інвестиційних потоках та інноваційній конкуренції. Саме тому дослідження світового автомобільного ринку має здійснюватися як дослідження однієї з ключових сфер сучасної світогосподарської трансформації.

1.2 Методичні підходи та показники аналізу розвитку світового автомобільного ринку в умовах глобалізації

Дослідження світового автомобільного ринку в умовах глобалізації потребує використання такого методичного інструментарію, який дає змогу одночасно врахувати товарну, виробничу, торговельну, інвестиційну, інноваційну та інституційну складові його розвитку. Автомобільний ринок не можна оцінювати лише через обсяги продажу або виробництва, оскільки в сучасній міжнародній економіці він функціонує як складна багаторівнева система, у якій поєднуються процеси глобального розміщення виробництва, спеціалізації країн, транснаціонального управління капіталом, технологічної модернізації та регуляторного впливу держав. Саме тому методичні підходи

до його аналізу мають бути комплексними, системними та орієнтованими на виявлення не лише поточного стану ринку, а й закономірностей його трансформації [21, с. 56]. Систематизацію основних показників і методів аналізу світового автомобільного ринку наведено в додатку А. У теоретико-методичному плані базовим є системний підхід, за допомогою якого світовий автомобільний ринок розглядається як цілісна відкрита система, що перебуває у постійній взаємодії з іншими сегментами світового господарства. Перевага цього підходу полягає в можливості дослідити ринок не як просту сукупність економічних агентів або ринкових операцій, а як структурований механізм, де кожна ланка пов'язана з іншими. У межах системного бачення виробництво автомобілів, міжнародна торгівля, інвестиційні потоки, логістика, інновації, стандартизація й державне регулювання сприймаються не окремо, а як взаємозалежні елементи одного процесу. Такий підхід особливо важливий в умовах глобалізації, коли навіть локальні зміни в одному сегменті ринку можуть спричинити масштабні наслідки для інших його складових [20, с. 84].

Не менш важливим є структурний підхід, який дозволяє дослідити внутрішню будову світового автомобільного ринку. Його застосування дає змогу визначити співвідношення між окремими сегментами ринку, оцінити питому вагу регіонів, країн, товарних груп, каналів збуту, типів виробників і технологічних платформ. Структурний аналіз є особливо доцільним тоді, коли потрібно встановити, як змінюється співвідношення між традиційними та новими сегментами ринку, зокрема між автомобілями з двигунами внутрішнього згоряння, гібридними моделями та електромобілями, а також між центрами виробництва і центрами споживання. Умови глобалізації посилюють значення такого підходу, оскільки ринок набуває дедалі більшої просторової та технологічної диференціації [22, с. 91].

Для глибшого розуміння закономірностей функціонування світового автомобільного ринку доцільно застосовувати функціональний підхід. Він дає змогу проаналізувати, які саме функції виконує ринок у міжнародній

економічній системі та яким чином зміна цих функцій впливає на характер його розвитку. У сучасних умовах автомобільний ринок забезпечує не лише товарний обмін і задоволення споживчого попиту, а й виконує функцію генератора інновацій, каналу трансферу технологій, механізму залучення інвестицій, платформи для міжнародної кооперації та джерела формування значного мультиплікативного ефекту для суміжних галузей. Через це функціональний аналіз дає змогу виявити не тільки кількісні параметри ринку, а й його реальне значення для світової економіки [6, с. 71].

В умовах глобалізації особливого значення набуває ланцюговий підхід, орієнтований на дослідження глобальних ланцюгів доданої вартості. Він дає можливість оцінити не тільки кінцеві результати виробництва й реалізації автомобілів, а й розподіл окремих стадій створення вартості між різними країнами та учасниками ринку. У автомобільній галузі це має принципове значення, оскільки розробка, інженерне проектування, виробництво вузлів, фінальне складання, маркетинг і сервісне обслуговування можуть бути просторово розділені. Завдяки цьому аналіз виходить за межі традиційної оцінки торгівлі готовими автомобілями та дозволяє визначити, які країни контролюють найбільш прибуткові сегменти ланцюга, а які виконують переважно складальні або ресурсні функції [30, с. 528].

У сучасних дослідженнях світового автомобільного ринку широко застосовується також інституційний підхід. Він дозволяє врахувати, що динаміка галузі формується не тільки ринковими силами, а й системою норм, регламентів, стандартів, стимулів і обмежень. Для автомобільного ринку це особливо важливо, оскільки він є однією з найбільш регульованих сфер промисловості. Екологічні стандарти, правила сертифікації, технічні регламенти, митні обмеження, вимоги до локалізації виробництва та державні програми підтримки електромобільності прямо впливають на структуру попиту й пропозиції. Унаслідок цього для адекватної оцінки ринку необхідно

враховувати не лише ринкові показники, а й інституційне середовище, у якому відбувається його розвиток [28, с. 93].

Методологічно виправданим є і застосування порівняльного підходу. Його суть полягає у зіставленні окремих регіональних або національних моделей розвитку автомобільного ринку з метою виявлення спільних і відмінних характеристик. За допомогою такого підходу можна порівнювати рівень концентрації виробництва, структуру попиту, масштаби продажів, ступінь технологічного оновлення, рівень державної підтримки та місце окремих країн у міжнародній торгівлі. У дослідженні світового автомобільного ринку це особливо важливо, оскільки навіть за однакової глобальної тенденції регіональні моделі розвитку галузі можуть суттєво відрізнятися за інституційними умовами, споживчою поведінкою та інвестиційними стратегіями [24, с. 2].

Для аналізу сучасного стану і тенденцій розвитку ринку доцільно застосовувати кон'юнктурний підхід. Його перевага полягає у можливості оцінювати ринок як змінну економічну систему, в якій співвідношення попиту і пропозиції, рівень цін, ринкова активність, інтенсивність конкуренції та зовнішні впливи змінюються у часі. Для автомобільного ринку такий підхід є особливо релевантним, оскільки він дуже чутливий до динаміки макроекономічних показників, доходів населення, умов кредитування, інвестиційних очікувань, логістичних збоїв та геополітичних ризиків. Кон'юнктурний аналіз дає змогу оцінити не лише поточну ситуацію, а й виявити короткострокові тенденції, циклічні коливання та сигнали структурних змін [12, с. 91].

Одним із центральних елементів методики аналізу є система показників, яка повинна відображати різні сторони функціонування ринку. Першу групу становлять абсолютні показники масштабу ринку. До них належать обсяги виробництва автомобілів, обсяги продажів, експорт, імпорт, фізична місткість ринку, кількість зареєстрованих транспортних засобів, виробництво за типами

автомобілів та за регіонами. Саме ці показники дозволяють сформувати первинне уявлення про масштаб функціонування ринку та його місце в глобальній промисловій системі. Водночас самі по собі вони ще не дають змоги оцінити якісні зміни, тому мають аналізуватися у взаємозв'язку зі структурними та відносними індикаторами [14, с. 64].

Другу групу становлять структурні показники. Вони дозволяють визначити частку окремих регіонів у світовому виробництві та споживанні, співвідношення між видами транспортних засобів, частку електромобілів і гібридів, частку експорту у виробництві, частку імпорту в місткості внутрішнього ринку, а також концентрацію виробництва між основними компаніями. Структурні показники є особливо важливими в умовах глобалізації, оскільки саме вони дозволяють простежити зрушення в розміщенні центрів виробництва, зміну товарної структури і перерозподіл ринкових часток між країнами та корпораціями [23, с. 114].

Третю групу утворюють динамічні показники, які дають змогу визначити темпи зростання або скорочення виробництва, продажів, експорту, імпорту та інших параметрів ринку. Саме ці показники дозволяють оцінити траєкторію розвитку галузі, виявити етапи прискорення або спаду, простежити зміну ринкових трендів та ідентифікувати періоди переломних структурних зрушень. У світовому автомобільному ринку динамічний аналіз має особливе значення, оскільки галузь реагує на зовнішні фактори швидше, ніж багато інших сегментів світової промисловості, а тому виступає своєрідним індикатором ширших змін у міжнародній економіці [29, с. 147].

Четверту групу становлять фінансово-економічні показники. До них належать доходи компаній, обсяги інвестицій, рентабельність, рівень витрат на дослідження і розробки, капіталомісткість виробництва, продуктивність праці та фінансова стійкість провідних виробників. У межах аналізу світового автомобільного ринку ці індикатори дозволяють оцінити не лише поточну комерційну результативність окремих компаній, а й здатність галузі

адаптуватися до технологічних змін, підтримувати інноваційний розвиток і зберігати конкурентні позиції у довгостроковій перспективі [32, с. 176].

П'яту групу утворюють зовнішньоекономічні показники, які відображають місце автомобільного ринку у міжнародному обміні. До них належать обсяги і географія експорту та імпорту, показники торговельного балансу, рівень відкритості ринку, коефіцієнти експортної орієнтації та імпортозалежності, частка автомобільної продукції у загальному експорті країни. Саме завдяки таким індикаторам можна встановити, наскільки автомобільна галузь є інтегрованою у світову економіку, якою мірою вона впливає на зовнішньоекономічні позиції окремих держав і як змінюється міжнародна спеціалізація в автомобільному секторі [28, с. 121].

Окрему групу становлять показники інноваційного й технологічного розвитку. В умовах глобалізації саме вони дедалі більше визначають конкурентоспроможність галузі. До таких індикаторів належать частка електромобілів у продажах, витрати на дослідження і розробки, темпи оновлення модельного ряду, рівень цифровізації виробництва, використання програмних платформ, ступінь інтеграції автономних систем керування, а також розвиток інфраструктури для електротранспорту. Саме ця група показників дає змогу оцінити, наскільки автомобільний ринок залишається прив'язаним до традиційної моделі розвитку і якою мірою він переходить до нової технологічної парадигми [10, с. 43].

Для оцінювання позицій окремих компаній і регіонів у світовому автомобільному ринку доцільно застосовувати показники концентрації та конкурентної структури. Серед них важливе місце посідають частки провідних виробників, коефіцієнти концентрації, індекс Герфіндаля–Гіршмана, рівень ринкової влади та ступінь бар'єрності входження в галузь. Хоча автомобільний ринок зберігає риси конкурентного середовища, він одночасно є висококонцентрованим на рівні глобальних корпорацій, які контролюють технологічні стандарти, виробничі платформи, логістичні

мережі та канали збуту. Саме тому без аналізу концентрації неможливо належно оцінити сучасну конфігурацію ринку [16, с. 149].

У сучасних умовах важливого значення набувають показники, що характеризують стійкість і адаптивність автомобільного ринку до зовнішніх впливів. До них можна віднести диверсифікацію постачань, гнучкість виробничих мереж, залежність від окремих джерел сировини, ступінь локалізації, швидкість перебудови логістики, здатність до технологічного перепрофілювання. Ці показники набули особливої актуальності після порушень глобальних ланцюгів постачання, енергетичних криз і геополітичних конфліктів, що продемонстрували високу вразливість глобалізованих галузей до зовнішніх шоків [2, с. 124].

Суттєве значення в методиці аналізу світового автомобільного ринку має використання офіційної міжнародної статистики. Дані щодо виробництва, продажів, експорту, імпорту, структури ринку та інвестиційних тенденцій, які надаються міжнародними галузевими організаціями, дають змогу отримати порівнянну інформацію за країнами і регіонами. Такі джерела є основою для побудови динамічних рядів, структурних зіставлень, рейтингів країн і прогнозних оцінок. Особливо важливим є використання статистичних масивів, що дозволяють зіставляти виробництво і продажі в довгостроковій перспективі та виявляти структурні зміни у глобальному центрі тяжіння ринку [41].

Поряд із кількісними індикаторами аналіз світового автомобільного ринку повинен враховувати якісні характеристики. Ідеться про інституційне середовище, характер державного регулювання, стратегії провідних виробників, поведінку споживачів, ступінь поширення нових технологій, екологічні пріоритети та політичні ризики. Якісний аналіз дає можливість пояснити ті зміни, які не завжди безпосередньо відображаються у статистиці, але істотно впливають на траєкторію розвитку галузі. Саме на основі

поєднання кількісних і якісних характеристик можна робити обґрунтовані висновки щодо напрямів майбутньої трансформації ринку [38].

В умовах глобалізації особливе місце займає прогностичний аналіз. Простого опису поточного стану ринку недостатньо для виявлення його перспектив, оскільки автомобільна галузь розвивається під впливом швидких технологічних, екологічних і геополітичних змін. Для прогнозування доцільно використовувати трендовий аналіз, сценарний підхід, моделі екстраполяції, експертні оцінки та інструменти машинного навчання. Саме такі підходи дають змогу виявляти можливі траєкторії розвитку попиту, продажів, технологічного переоснащення та структурної перебудови ринку. Використання прогностичних методів є особливо виправданим щодо ринку електромобілів, програмно-керованих транспортних систем та розвитку міжнародних ланцюгів доданої вартості [19, с. 168].

З методичної точки зору доцільним є і поєднання макро- та мікрорівневого аналізу. На макрорівні досліджуються загальносвітові тенденції, динаміка виробництва, міжнародна торгівля, регіональні диспропорції, роль державної політики та глобальні інвестиційні зрушення. На мікрорівні аналізуються стратегії окремих компаній, їхні конкурентні переваги, технологічні платформи, фінансові можливості та адаптивність до зовнішніх шоків. Поєднання цих рівнів дозволяє уникнути надмірної абстрактності й одночасно не зводити дослідження лише до опису окремих корпоративних практик [4, с. 117].

Для країн, які не є глобальними центрами автомобілебудування, важливого значення набуває оцінювання конкурентоспроможності транспортного сектору як ширшого середовища функціонування автомобільного ринку. Такий підхід дозволяє оцінити, яким чином стан інфраструктури, логістики, інституційної підтримки та транспортної політики впливає на здатність країни інтегруватися у світові виробничі та збутові мережі. У цьому контексті аналіз автомобільного ринку виходить за рамки

вузькогалузевої проблематики і перетворюється на складову ширшого дослідження міжнародної конкурентоспроможності економіки [25, с. 94].

Отже, методичні підходи до аналізу розвитку світового автомобільного ринку в умовах глобалізації повинні поєднувати системний, структурний, функціональний, інституційний, порівняльний, кон'юнктурний, ланцюговий та прогностичний аналіз. Лише така комбінація дає можливість адекватно дослідити ринок, який одночасно є промисловим, споживчим, інвестиційним, технологічним і міжнародно-економічним явищем. Відповідно, система показників має бути багаторівневою і охоплювати абсолютні, структурні, динамічні, фінансово-економічні, зовнішньоекономічні, інноваційні та конкурентні індикатори. Саме така методична основа створює можливість для всебічного аналізу сучасного стану світового автомобільного ринку, виявлення головних чинників його трансформації та обґрунтування перспектив подальшого розвитку в системі сучасних міжнародних економічних відносин.

У першому розділі встановлено, що світовий автомобільний ринок доцільно розглядати не лише як сукупність операцій з виробництва та реалізації транспортних засобів, а як складну багаторівневу систему міжнародних економічних відносин, у межах якої поєднуються виробничі, торговельні, інвестиційні, інноваційні, логістичні та інституційні процеси. Його сутність визначається високим рівнем технологічної складності, капіталомісткості, транснаціоналізації та залежності від глобального економічного середовища. Це дає підстави трактувати світовий автомобільний ринок як один із ключових сегментів сучасної світової економіки, у якому найбільш виразно проявляються наслідки глобалізації, структурних зрушень і зміни моделей міжнародної конкуренції.

З'ясовано, що структура світового автомобільного ринку є багатокомпонентною та може аналізуватися за товарною, функціональною, територіальною та суб'єктною ознаками. За товарною ознакою ринок охоплює

легкові автомобілі, комерційний транспорт, електромобілі, гібридні моделі, комплектуючі та супутні послуги. За функціональною ознакою він включає виробничий, збутовий, сервісний, фінансовий і цифровий сегменти. За територіальною ознакою ринок формується як система регіональних підсистем із різним рівнем розвитку, інноваційної активності та концентрації виробництва. За суб'єктною ознакою його розвиток визначається взаємодією транснаціональних корпорацій, національних виробників, постачальників, державних інституцій, фінансових структур і споживачів.

Обґрунтовано, що місце світового автомобільного ринку в системі сучасних міжнародних економічних відносин зумовлюється його роллю в міжнародному поділі праці, міжнародній торгівлі, русі капіталу, глобальних ланцюгах доданої вартості та транснаціоналізації виробництва. Автомобільна галузь виступає одним із базових каналів інтеграції національних економік у світове господарство, оскільки через неї реалізуються коопераційні зв'язки між країнами, перерозподіл виробничих функцій, інвестиційні потоки та технологічний трансфер. Унаслідок цього зміни на світовому автомобільному ринку мають безпосередній вплив не лише на галузеву динаміку, а й на ширші макроекономічні процеси.

Визначено, що в умовах глобалізації дослідження світового автомобільного ринку потребує використання комплексного методичного підходу, який поєднує системний, структурний, функціональний, інституційний, порівняльний, кон'юнктурний, ланцюговий та прогностичний аналіз. Такий підхід дозволяє врахувати як внутрішню будову ринку, так і його зовнішні зв'язки з міжнародною торгівлею, інвестиційними процесами, екологічним регулюванням, цифровізацією та інноваційною трансформацією. Застосування лише одного методу не забезпечує повноти дослідження, оскільки сучасний автомобільний ринок є результатом взаємодії численних економічних і позаекономічних чинників.

Узагальнено, що система показників аналізу розвитку світового автомобільного ринку повинна охоплювати абсолютні, структурні, динамічні, фінансово-економічні, зовнішньоекономічні, інноваційні та конкурентні індикатори. До основних належать обсяги виробництва, продажів, експорту та імпорту, частки окремих регіонів і країн, темпи зростання ринку, рівень концентрації, обсяги інвестицій, показники технологічного оновлення та частка електромобілів у загальному обсязі продажів. Саме така система показників дає змогу не лише фіксувати поточний стан ринку, а й виявляти його структурні зміни, конкурентні переваги окремих країн і компаній та перспективи подальшої трансформації.

2 АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ СВІТОВОГО АВТОМОБІЛЬНОГО РИНКУ ТА ЙОГО ТРАНСФОРМАЦІЇ У СИСТЕМІ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

2.1 Сучасний стан, динаміка та регіональна структура світового автомобільного ринку

Сучасний стан світового автомобільного ринку визначається поєднанням відносної стабілізації загального обсягу виробництва, прискореного розвитку електромобільного сегмента, регіональної асиметрії промислового розміщення та зміни міжнародних конкурентних позицій провідних країн-виробників. Автомобільна галузь залишається одним із найбільших секторів світової обробної промисловості, а її динаміка продовжує відображати не лише тенденції попиту на транспортні засоби, а й глибші процеси у сфері глобальної торгівлі, інвестицій, технологій і міжнародного виробничого співробітництва [41]. За даними International Organization of Motor Vehicle Manufacturers, у 2024 р. у світі було вироблено 92,5 млн автотранспортних засобів, що свідчить про збереження дуже високого рівня глобального випуску, хоча порівняно з 2023 р. відбулося незначне скорочення [41]. Отже, світовий автомобільний ринок уже вийшов із фази різкого післякризового відновлення та перейшов до етапу структурного переформатування, у межах якого кількісне зростання більше не є єдиним критерієм розвитку. Загальна виробнича динаміка відображена на рисунку 2.1.

Як видно з рисунка 2.1, у 2021 р. у світі було вироблено 79,98 млн автотранспортних засобів, у 2022 р. – 84,81 млн, у 2023 р. – 93,45 млн, а у 2024 р. – 92,50 млн од. [41]. Отже, у 2021–2023 рр. ринок демонстрував чітку висхідну динаміку, але у 2024 р. темпи зростання фактично вичерпалися. Це уповільнення не означає початку загального спаду, а скоріше відображає перехід до нової фази розвитку, коли подальша еволюція галузі дедалі більше

залежить від технологічного оновлення, екологічних стандартів, вартості фінансових ресурсів і гео економічної перебудови ланцюгів постачання [46].

Для узагальнення зазначеної динаміки наведено таблицю 2.1.

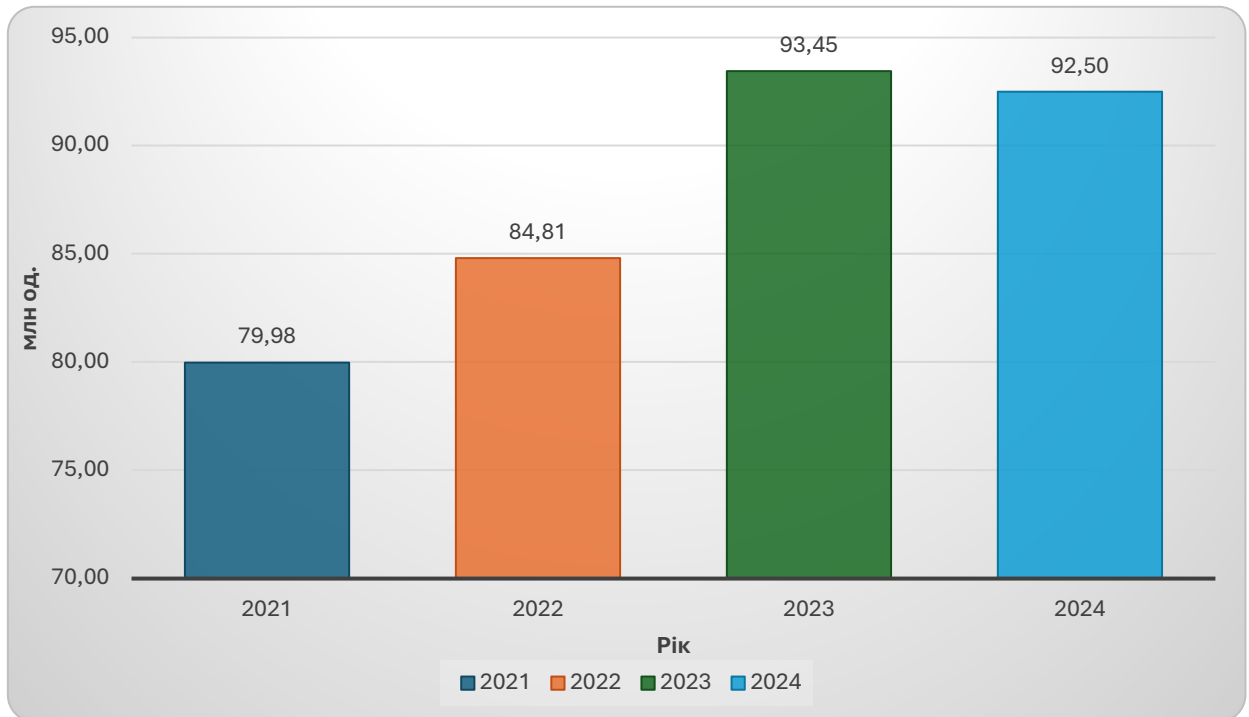


Рисунок 2.1 – Динаміка світового виробництва автотранспортних засобів у 2021–2024 рр., млн од. [41]

Як видно з табл. 2.1, найбільш інтенсивне зростання світового виробництва відбулося у 2023 р., тоді як у 2024 р. ринок перейшов до стадії кількісної стабілізації. Така динаміка є показовою, оскільки вона фіксує зміну самої логіки розвитку галузі: якщо попередній етап характеризувався насамперед відновленням фізичних обсягів випуску, то нині на перший план виходить питання структури цього виробництва, технологічної якості випуску та зміни географії промислової концентрації [41].

Як видно з табл. 2.1, найбільш інтенсивне зростання світового виробництва відбулося у 2023 р., тоді як у 2024 р. ринок перейшов до стадії кількісної стабілізації. Така динаміка є показовою, оскільки вона фіксує зміну

самої логіки розвитку галузі: якщо попередній етап характеризувався насамперед відновленням фізичних обсягів випуску, то нині на перший план виходить питання структури цього виробництва, технологічної якості випуску та зміни географії промислової концентрації [41].

Таблиця 2.1 – Динаміка світового виробництва автотранспортних засобів у 2021–2025 рр. [41]

Рік	Виробництво, млн од.	Темп зміни до попереднього року, %
2021	79,98	–
2022	84,81	6,0
2023	93,45	10,2
2024	92,7	-0,8
2025	96,4	3,9

Регіональна структура світового автомобільного ринку залишається різко асиметричною. У 2024 р. Азія та Океанія забезпечили 54,91 млн одиниць виробництва, Америка – 19,19 млн, Європа – 17,23 млн, Африка – 1,18 млн одиниць [41]. Отже, майже три п'ятих світового автомобільного випуску припадає саме на азійсько-тихоокеанський макрорегіон. Подібна концентрація свідчить про формування стійкого глобального центру тяжіння автомобілебудування в Азії, де поєднуються великі внутрішні ринки, потужні виробничі кластери, активна промислова політика, ефективні ланцюги постачання та швидкі темпи технологічного оновлення [38]. Натомість Європа й Америка зберігають вагому, але вже не домінуючу роль, причому їхня конкурентоспроможність дедалі більше залежить від здатності пристосуватися до електромобільної трансформації, нових стандартів і жорсткішої конкуренції з боку азійських виробників [38]. Для узагальнення регіональної конфігурації наведено таблицю 2.2.

Таблиця 2.2 – Регіональна структура світового виробництва автотранспортних засобів у 2024 р. [38; 41]

Регіон	Виробництво, млн од.	Частка у світовому виробництві, %
Азія та Океанія	54,91	59,4
Америка	19,19	20,7
Європа	17,23	18,6
Африка	1,18	1,3
Світ загалом	92,50	100,0

Табл. 2.2 показує, що світовий автомобільний ринок має чітко виражений регіональний дисбаланс. Домінування Азії пояснюється не лише масштабом китайського ринку, а й сукупною роллю Японії, Індії, Південної Кореї, Таїланду та Індонезії у глобальному виробництві. Саме цей регіон нині поєднує функції найбільшого ринку збуту, найпотужнішого виробничого майданчика й одного з найдинамічніших центрів технологічного оновлення галузі [41]. Європа натомість демонструє складнішу динаміку: за даними АСЕА, у 2024 р. виробництво автомобілів у Європейському Союзі скоротилося до 11,5 млн одиниць, що підтверджує посилення тиску з боку витрат, екологічного регулювання та зовнішньої конкуренції [38]. Отже, європейський сегмент ринку перебуває не стільки в стані спаду, скільки в стані адаптації до нової моделі галузевого розвитку.

Значущим елементом сучасного стану ринку є також висока концентрація виробництва між окремими країнами. У 2024 р. найбільшими виробниками були Китай, США, Японія, Індія, Мексика, Південна Корея та Німеччина [41]. Особливо показовим є становище Китаю, який виробив понад 31 млн автотранспортних засобів і тим самим забезпечив приблизно третину світового випуску [41]. Такий результат засвідчує, що Китай виступає не лише як найбільший національний автомобільний ринок, а й як головний глобальний виробничий центр, у межах якого поєднуються масштаб

виробництва, державна підтримка, внутрішній попит і технологічне оновлення [40]. Водночас США, Японія та Індія формують другий ешелон глобальних центрів тяжіння ринку, але вже з істотно меншими масштабами випуску. У таблиці 2.3 наведені провідні країни світу за обсягами виробництва автотранспортних засобів у 2024 р.

Таблиця 2.3 – Провідні країни світу за обсягами виробництва автотранспортних засобів у 2024 р. [41]

Країна	Виробництво, млн од.	Частка у світовому виробництві, %
Китай	31,28	33,8
США	10,56	11,4
Японія	8,23	8,9
Індія	6,01	6,5
Мексика	4,20	4,5
Південна Корея	4,13	4,5
Німеччина	4,07	4,4

Як видно з табл. 2.3, світовий автомобільний ринок характеризується високим рівнем країнової концентрації. Сукупна частка семи провідних країн перевищує три чверті світового виробництва, а отже, саме ці держави визначають не лише виробничу динаміку ринку, а й його технологічну, торговельну та інвестиційну траєкторію. У сучасних умовах така концентрація набуває нового змісту, оскільки лідерство дедалі більше визначається не лише обсягом випуску, а й рівнем технологічної модернізації, масштабами інвестицій у батареїні системи, програмне забезпечення, цифрову інфраструктуру та «зелені» виробничі рішення [45].

Однією з найпоказовіших тенденцій сучасного етапу є прискорений розвиток електромобільного сегмента. Для перевірки цієї тенденції доцільно

використовувати не один річний показник, а динамічний ряд, який відображає зміну продажів упродовж кількох років. У таблиці 2.4 наведено динаміку світових продажів електромобілів у 2021–2025 рр. та темпи їх зміни до попереднього року.

Таблиця 2.4 – Динаміка світових продажів електромобілів у 2021–2025 рр. [40; 47]

Рік	Світові продажі електромобілів, млн од.	Зміна до попереднього року, %
2021	6,6	–
2022	10,0	51,5
2023	14,0	40,0
2024	17,0	21,4
2025	20,0+	17,6+

Дані таблиці 2.4 свідчать, що електромобільний сегмент зростає не лінійно, а хвилеподібно: після дуже високого приросту у 2022–2023 рр. темпи збільшення сповільнилися, однак абсолютний масштаб продажів продовжив зростати. Перехід від 6,6 млн проданих електромобілів у 2021 р. до понад 20 млн у 2025 р. свідчить про системну зміну структури світового попиту. Аналітично важливо, що зростання відбувається не лише через внутрішній попит Китаю, ЄС і США, а й через активізацію міжнародної торгівлі електромобілями, де посилюється роль китайських виробників. Саме тому електромобільна трансформація змінює не тільки товарну структуру ринку, а й географію експорту, інвестиційні пріоритети та конкурентні позиції провідних регіонів.

Таблиця 2.5 – Зміна часток основних регіонів у світовому виробництві автотранспортних засобів у 2021–2024 рр. [38; 41]

Регіон	Частка у 2021 р., %	Частка у 2024 р., %	Зміна, в.п.
Азія та Океанія	понад 57	59,4	+2,0
Америка	близько 21	20,7	-0,3
Європа	близько 20	18,6	-1,4
Африка	близько 1	1,3	+0,1

Таблиця 2.5 конкретизує регіональну концентрацію виробництва. Частка Азії та Океанії зросла, тоді як частка Європи скоротилася. Такий зсув пояснюється поєднанням трьох чинників: масштабом китайського виробництва, швидшим нарощуванням електромобільного сегмента в Азії та складнішою адаптацією європейських виробників до високих енергетичних витрат, регуляторного навантаження й конкуренції з боку китайських брендів. Отже, регіональна структура ринку змінюється не лише кількісно, а й функціонально: Азія дедалі більше концентрує виробництво, експорт і технологічне оновлення (рис. 2.2).

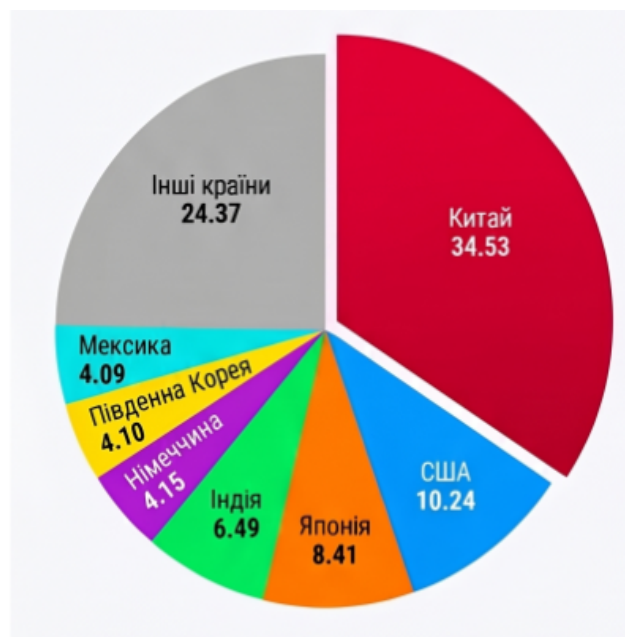


Рисунок 2.2 – Розподіл виробництва автомобілів за країнами, 2025 рік

Зміна сучасної конфігурації ринку проявляється і в тому, що конкуренція дедалі більше переходить від традиційної боротьби за обсяги виробництва до боротьби за технологічні стандарти, інвестиції у нові ланцюги створення вартості та контроль над інфраструктурою майбутнього. UNCTAD у World Investment Report 2025 акцентує, що міжнародне інвестування дедалі тісніше пов'язується з цифровою економікою, а для автомобільного ринку це підвищує роль інвестицій у програмне забезпечення, електроніку, батарейні системи, автоматизовані виробничі комплекси та цифрові платформи управління транспортом [45].

Водночас розвиток ринку відбувається в умовах нестабільного зовнішнього середовища. WTO у звіті 2025 р. вказує на збереження високої невизначеності у світовій торгівлі, що безпосередньо позначається на галузях, які спираються на розгалужені міжнародні ланцюги постачання [46]. Для автомобільної індустрії зростає значення диверсифікації постачальників, регіоналізації виробництва та інституційної стійкості. Унаслідок цього сучасна динаміка ринку дедалі менше визначається тільки попитом і дедалі більше залежить від стійкості виробничих зв'язків.

Таким чином, сучасний стан, динаміка та регіональна структура світового автомобільного ринку свідчать про те, що галузь перебуває у фазі складної кількісно-якісної трансформації. З одного боку, ринок зберігає надзвичайно високі масштаби виробництва і залишається одним із ключових сегментів світової промисловості. З іншого боку, він дедалі більше визначається електромобільним переходом, концентрацією виробництва в Азії, перебудовою міжнародної торгівлі та зростанням ролі інвестицій у цифрові й технологічні рішення.

2.2 Вплив глобальних економічних, технологічних і геополітичних викликів на розвиток світового автомобільного ринку

Розвиток світового автомобільного ринку в сучасних умовах відбувається під одночасним впливом економічних, технологічних і геополітичних чинників, які не лише змінюють поточну кон'юнктуру, а й трансформують саму модель функціонування галузі у системі міжнародних економічних відносин. Якщо на попередніх етапах ключовими драйверами виступали масштаби виробництва, місткість національних ринків і цінова конкурентоспроможність, то нині визначального значення набувають вартість фінансових ресурсів, інноваційна спроможність, екологічне регулювання, стійкість міжнародних ланцюгів постачання та політична безпека доступу до ринків і ресурсів. Саме тому сучасний автомобільний ринок доцільно розглядати як сектор, де короткострокові коливання попиту дедалі тісніше переплітаються з довгостроковими структурними зрушеннями.

Серед глобальних економічних викликів провідне місце посідають уповільнення темпів зростання світової економіки, висока вартість залучення капіталу, інфляційний тиск, підвищення виробничих витрат і нестабільність торговельного середовища. Для автомобільної галузі це має подвійний ефект. З одного боку, дорожче кредитування стримує попит на нові транспортні засоби, особливо в сегментах, чутливих до споживчого фінансування. З іншого боку, зростання витрат на енергію, сировину, компоненти й логістику підвищує собівартість виробництва та змушує компанії переглядати інвестиційні програми. АСЕА прямо зазначає, що попри лідерство галузі в НДДКР і інвестиції на рівні 85 млрд євро у 2023 р., виробництво автомобілів у ЄС у 2024 р. знизилося до 11,5 млн одиниць, що відображає погіршення умов підтримання європейської виробничої привабливості. Узагальнення економічних викликів наведено в табл. 2.6.

Таблиця 2.6 – Економічні виклики розвитку світового автомобільного ринку та їх наслідки [38; 45; 46]

Економічний виклик	Прояв у 2024–2025 рр.	Вплив на автомобільний ринок
Висока вартість фінансових ресурсів	стримування кредитного попиту	скорочення або відтермінування купівлі нових авто
Зростання виробничих витрат	дорожчання енергії, логістики, компонентів	зниження рентабельності та перегляд виробничих програм
Нестабільність світової торгівлі	висока невизначеність глобального середовища	посилення ризиків для експортно орієнтованих виробників
Інвестиційна перебудова	зміщення капіталу в цифрову економіку	перерозподіл інвестицій на користь технологічно оновлених сегментів

Як видно з табл. 2.6, економічний тиск проявляється не ізольовано, а у вигляді взаємопов'язаного комплексу факторів, що впливають і на попит, і на пропозицію. За цих умов ринок дедалі більше реагує не на сам факт розширення виробничих потужностей, а на здатність виробників підтримувати інвестиції, контролювати витрати та адаптувати бізнес-модель до нестабільного глобального середовища. Одночасно зростає роль фінансової стійкості великих компаній, що посилює концентрацію ринку на користь глобальних виробників із найбільшими ресурсами.

Технологічні виклики мають для автомобільної галузі ще глибший характер, оскільки вони змінюють не лише способи виробництва, а й саму природу кінцевого продукту. Електрифікація, інтеграція програмного забезпечення, розвиток батарейних технологій, поширення платформних рішень і цифровізація транспортної екосистеми означають, що автомобіль дедалі більше перетворюється з переважно механічного виробу на програмно-керовану електронно-енергетичну систему. ІЕА фіксує, що у 2024 р. світові продажі електромобілів перевищили 17 млн одиниць, а їх частка у світових продажах нових авто перевищила 20 %. У 2025 р. продажі, за прогнозом, перевищать 20 млн одиниць, що становитиме понад чверть глобального продажу нових авто. Отже, технологічний виклик уже не є вузькою

інноваційною темою, а набув системного характеру і став одним із визначальних факторів розвитку всього автомобільного ринку. У 2024 р. продажі перевищили 17 млн одиниць за частки понад 20 %, а у 2025 р. очікується перевищення 20 млн одиниць за частки понад 25 % [40; 47]. Така динаміка свідчить про стійкий перехід ринку до нової технологічної моделі, за якої саме електромобільний сегмент дедалі більше визначає структуру глобального попиту, інвестиційні рішення й міжнародну конкуренцію. На рисунку 2.3 показано динаміку світових продажів електромобілів і їх частки у світових продажах нових авто.

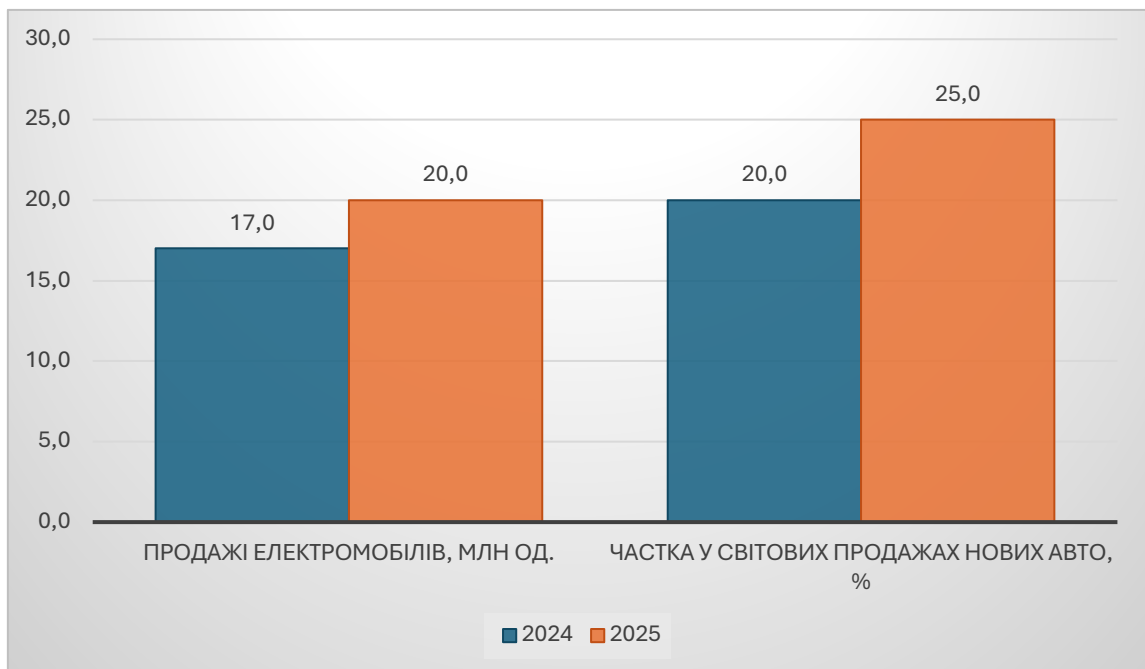


Рисунок 2.3– Динаміка світових продажів електромобілів і їх частки у світових продажах нових авто у 2024–2025 рр. [40; 47]

Як видно з рисунка 2.3, у 2024–2025 рр. світовий ринок електромобілів зберіг висхідну динаміку за абсолютними продажами і часткою у структурі нових авто. У 2024 р. світові продажі електромобілів перевищили 17 млн одиниць, а їхня частка у загальному обсязі продажів нових автомобілів перевищила 20 %. У 2025 р. продажі перевищили 20 млн одиниць, а частка електромобілів досягла близько 25 %. Така динаміка підтверджує перехід

електромобільного сегмента від інноваційної ніші до одного з головних чинників зміни міжнародної конкурентної структури автомобільного ринку.

Таблиця 2.7 – Технологічні виклики розвитку світового автомобільного ринку [39; 40; 46]

Технологічний виклик	Прояв	Стратегічний наслідок для ринку
Електрифікація	понад 17 млн проданих EV у 2024 р.	структурна зміна попиту та пропозиції
Батарейна залежність	посилення ролі акумуляторів і критичної сировини	зростання технологічної та ресурсної конкуренції
Цифровізація продукту	інтеграція ПЗ та електронних систем	зміщення конкурентних переваг у бік цифрових рішень
Платформна трансформація	перехід до нових виробничих архітектур	прискорення оновлення модельного ряду

Табл. 2.7 показує, що технологічна трансформація світового автомобільного ринку є багатовимірною. Йдеться не лише про зростання частки електромобілів, а і про зміну критичних джерел вартості у галузі. Якщо раніше ключова конкуренція концентрувалася навколо двигунів, трансмісій і масштабів серійного виробництва, то нині дедалі більшого значення набувають батареї, електроніка, програмне забезпечення, цифрові сервіси і доступ до критичних ресурсів. Це посилює залежність ринку від інноваційних екосистем та прискорює перерозподіл лідерства між країнами й компаніями.

Вагомим технологічним і водночас зовнішньоторговельним викликом є зростання ролі Китаю у світовому електромобільному секторі. IEA зазначає, що у 2024 р. Китай продав понад 11 млн електромобілів, а його частка у світовому експорті електромобілів сягнула 40 %, тобто майже 1,25 млн одиниць. Глобальна торгівля електромобілями при цьому зросла на 20 %, а імпорту становив майже одну п'яту глобальних продажів електромобілів. Це вказує на формування нової торговельної ієрархії, де домінування у

традиційному автомобілебудуванні дедалі більше доповнюється домінуванням у новому електромобільному сегменті.

Геополітичні виклики безпосередньо впливають із цієї зміни конкурентної конфігурації. Bloomberg ще у 2023 р. звертав увагу на те, що китайські автомобілі швидко посилюють присутність на світовому ринку, а США не повною мірою усвідомили масштаби цієї зміни. У сучасних умовах автомобільний ринок дедалі більше стає полем стратегічного суперництва, де змагаються не лише окремі виробники, а й цілі промислово-технологічні блоки. WTO водночас наголошує на збереженні високої невизначеності у глобальній торгівлі [46].

Таблиця 2.8 – Геополітичні виклики розвитку світового автомобільного ринку [39; 46; 47]

Геополітичний виклик	Прояв	Наслідок для ринку
Фрагментація світової торгівлі	зростання невизначеності та тарифних ризиків	ускладнення міжнародних поставок
Посилення Китаю	зростання частки у виробництві та експорті EV	загострення глобальної конкуренції
Регіоналізація	розвиток nearshoring і friendshoring	перебудова виробничої географії
Політизація технологій	боротьба за стандарти, батареї, чипи	зростання ролі промислової політики

Як видно з табл. 2.8, геополітичний виклик уже не обмежується ризиком тимчасових збоїв у торгівлі. Він має структурний характер, оскільки впливає на саме розміщення виробництва, вибір ринків, стратегії інвестування та конфігурацію конкурентного середовища. У результаті автомобільна галузь дедалі більше функціонує у логіці не лише економічної доцільності, а й політичної безпеки та технологічного суверенітету.

Окремої уваги потребує виклик інвестиційної перебудови. UNCTAD визначає тему World Investment Report 2025 як міжнародне інвестування в

цифровій економіці, що безпосередньо корелює з трансформацією автомобільної галузі. Для ринку зростає значення інвестицій не лише у традиційні виробничі потужності, а й у програмне забезпечення, батареїні системи, електроніку, автоматизовані виробничі комплекси та цифрову інфраструктуру. Відповідно, конкурентоспроможність автомобільного сектора дедалі більше залежить від здатності залучати капітал у технологічні напрями з високою доданою вартістю [45].

Додатково на ринок впливає зміна співвідношення між виробничими та дохідними параметрами галузі. Дані CEOWORLD Magazine щодо найбільших автовиробників за виручкою у 2023 р. та оцінки Statista щодо виручки світової автомобільної промисловості у 2019–2022 рр. показують, що навіть у межах одного сектора зберігається суттєва нерівномірність за фінансовими результатами та ресурсами для технологічного оновлення. Отже, глобальні виклики поглиблюють різницю між компаніями, здатними масштабно інвестувати в нову технологічну модель, і тими, що залишаються залежними від попередньої індустріальної логіки.

Отже, розвиток світового автомобільного ринку в сучасних умовах визначається одночасною дією глобальних економічних, технологічних і геополітичних викликів. Економічні чинники змінюють попит, вартість виробництва та фінансову стійкість компаній; технологічні чинники перебудовують сам продукт, конкурентні переваги та інвестиційні пріоритети; геополітичні чинники трансформують міжнародну торгівлю, просторову конфігурацію виробництва та логіку глобальної кооперації. Сукупний вплив цих факторів означає, що подальший розвиток світового автомобільного ринку визначатиметься здатністю ключових учасників адаптуватися до нової моделі глобальної економіки, у якій поєднуються «зелений» перехід, цифровізація, регіоналізація та зростання стратегічної невизначеності.

У другому розділі встановлено, що сучасний світовий автомобільний ринок розвивається в умовах поєднання кількісної стабілізації та якісної

структурної трансформації. За даними міжнародної галузевої статистики, у 2024 р. світове виробництво автотранспортних засобів зберігалося на дуже високому рівні, однак темпи його зростання сповільнилися порівняно з попереднім роком. Це дало підстави визначити сучасний етап не як фазу простого посткризового відновлення, а як перехід до нової моделі розвитку галузі, у межах якої дедалі більшого значення набувають технологічні, інституційні та геоекономічні чинники.

З'ясовано, що регіональна структура світового автомобільного ринку залишається різко асиметричною. Провідні позиції у виробництві зберігає Азія, на яку припадає найбільша частка глобального випуску автотранспортних засобів. Це свідчить про зміщення виробничого ядра світового автомобілебудування в бік країн, які поєднують значний внутрішній попит, масштабні виробничі потужності, активну промислову політику та високі темпи технологічного оновлення. Водночас Європа та Америка зберігають вагоме значення, однак їхні позиції дедалі більше залежать від здатності адаптуватися до нових умов глобальної конкуренції, електромобільного переходу та перебудови міжнародних ланцюгів постачання.

Визначено, що сучасний світовий автомобільний ринок характеризується високим рівнем країнової концентрації. Значна частка світового виробництва зосереджена у невеликій групі країн, серед яких ключову роль відіграє Китай. Отже, саме країни-лідери визначають не лише кількісні параметри глобального випуску, а й траєкторію технологічної модернізації, інвестиційної активності та міжнародної конкурентної боротьби в автомобільній галузі. Домінування Китаю у виробництві та зростання його ролі в експорті електромобілів підтверджують, що глобальна структура ринку дедалі більше формується навколо нових технологічних і геоекономічних центрів сили.

Обґрунтовано, що однією з головних рис сучасного етапу є швидке розширення електромобільного сегмента. Зростання світових продажів електромобілів, підвищення їхньої частки у загальному обсязі продажів нових авто та посилення міжнародної торгівлі електромобілями свідчать про глибоку технологічну трансформацію галузі. Електромобілі перестали бути периферійною інноваційною нішею та перетворилися на один із ключових структурних елементів сучасного світового автомобільного ринку. Отже, подальший розвиток галузі дедалі більше визначатиметься не традиційними параметрами механічного виробництва, а доступом до батарейних технологій, цифрових платформ, програмного забезпечення, критичної сировини та інфраструктури заряджання.

Встановлено, що розвиток світового автомобільного ринку в сучасних умовах відбувається під комплексним впливом глобальних економічних викликів. До них належать висока вартість фінансових ресурсів, інфляційний тиск, зростання виробничих витрат, нестабільність світової торгівлі та зміна інвестиційних пріоритетів. Вплив цих факторів проявляється одночасно у стримуванні попиту на нові автомобілі, підвищенні собівартості виробництва та зміні стратегій глобальних виробників. Унаслідок цього ринок дедалі більше реагує не на просте нарощування обсягів виробництва, а на здатність компаній підтримувати фінансову стійкість, контролювати витрати й адаптуватися до нових макроекономічних умов.

Доведено, що технологічні виклики набули для світового автомобільного ринку системного характеру. Електрифікація, цифровізація, поширення програмно-керованих рішень і посилення ролі інновацій змінюють не лише структуру пропозиції, а й критерії конкурентоспроможності виробників. У сучасних умовах перевагу отримують ті компанії та країни, які здатні інтегрувати нові технології у виробничу модель, швидко масштабувати інновації та забезпечити контроль над ключовими ланками формування

доданої вартості. Отже, технологічна трансформація ринку супроводжується одночасним перерозподілом міжнародних конкурентних позицій.

Виявлено, що геополітичні виклики дедалі сильніше впливають на функціонування світового автомобільного ринку. Фрагментація світової торгівлі, перегляд торговельних режимів, посилення регіоналізації, стратегічне суперництво між провідними економіками та політизація доступу до технологій і ресурсів змінюють логіку міжнародної кооперації в галузі. У результаті глобальний автомобільний ринок поступово відходить від моделі надмірно розгалужених і найдешевших за витратами ланцюгів постачання до моделі більш контрольованої регіональної інтеграції, в якій економічна ефективність дедалі частіше поєднується з міркуваннями політичної безпеки та технологічного суверенітету.

Отже, результати другого розділу дають підстави стверджувати, що сучасний світовий автомобільний ринок перебуває у фазі глибокої структурної перебудови. Його подальший розвиток визначатиметься не лише загальними масштабами виробництва і збуту, а й здатністю ключових учасників адаптуватися до нової моделі глобальної економіки, у якій поєднуються електромобільний перехід, цифровізація, інвестиційна перебудова, регіоналізація та зростання геополітичної нестабільності. Саме це формує основу для наступного розділу, присвяченого оцінюванню перспектив розвитку світового автомобільного ринку в системі сучасних міжнародних економічних відносин.

3 ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО АВТОМОБІЛЬНОГО РИНКУ В СИСТЕМІ СУЧАСНИХ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

3.1 Основні проблеми та виклики функціонування світового автомобільного ринку в сучасних умовах

Функціонування світового автомобільного ринку в сучасних умовах відбувається під впливом комплексу проблем і викликів, які мають одночасно економічний, технологічний, зовнішньоторговельний, інвестиційний та геополітичний характер. На відміну від попередніх етапів розвитку, коли основна увага концентрувалася на питаннях розширення виробництва, нарощування експорту та зміцнення конкурентних позицій окремих виробників, нинішній етап характеризується значно вищою складністю середовища функціонування. Світовий автомобільний ринок уже не можна розглядати як відносно стабільний сегмент світової промисловості, оскільки він дедалі більше залежить від нестійкості глобальної торгівлі, прискорення технологічного оновлення, підвищення вимог до екологічної відповідності, перебудови міжнародних ланцюгів доданої вартості та зростання політичної невизначеності [34, с. 214].

Однією з базових проблем функціонування світового автомобільного ринку є посилення економічної нестабільності глобального середовища. Для автомобільної галузі це створює залежність не лише від динаміки доходів населення, а й від вартості кредитних ресурсів, рівня інфляції, коливань валютних курсів, ділових очікувань і загального інвестиційного клімату. Висока капіталомісткість галузі робить її особливо чутливою до змін вартості фінансування, оскільки виробництво автомобілів пов'язане з постійною модернізацією платформ, обладнання, логістики та збутових мереж.

Важливою проблемою сучасного етапу є зростання виробничих витрат. Автомобільна промисловість залишається ресурсомісткою та енергоємною, тому будь-які зрушення у вартості металу, пластмас, енергії, логістики та компонентів безпосередньо впливають на рентабельність виробництва. За цих умов компанії змушені або підвищувати ціни, або приймати частину витратового навантаження на себе, що особливо складно в умовах жорсткої міжнародної конкуренції. Це формує новий тип виклику: виробник має одночасно підтримувати інвестиції в інновації, витримувати екологічний тиск і не втрачати цінову привабливість на зовнішніх ринках [38]. Унаслідок цього стійкість ринку дедалі більше визначається не тільки масштабом виробництва, а й здатністю оптимізувати витрати без втрати технологічного темпу.

Окремим блоком проблем є зміна характеру міжнародної конкуренції. Якщо раніше вона значною мірою будувалася навколо якості механічної інженерії, бренду та масштабів виробництва, то нині дедалі більше зміщується у площину боротьби за батарейні технології, програмне забезпечення, цифрові сервіси, доступ до критичної сировини та контроль над новими сегментами мобільності. Отже, традиційні конкурентні переваги більше не гарантують довгострокового лідерства. Навпаки, виробники, які не встигають адаптуватися до нової технологічної моделі, поступово втрачають позиції навіть за наявності значного індустріального потенціалу [10, с. 46]. У сучасних умовах конкурентоспроможність дедалі тісніше пов'язується зі швидкістю впровадження інновацій і здатністю інтегрувати продукт у цифрову та енергетичну інфраструктуру майбутнього [40].

Найбільш виразним технологічним викликом виступає електромобільна трансформація. Вона змінює структуру попиту, виробничу архітектуру, інвестиційні пріоритети та географію міжнародної спеціалізації. За даними IEA, у 2024 р. світові продажі електромобілів перевищили 17 млн одиниць, а у 2025 р. зросли до понад 20 млн одиниць, що відповідає приблизно чверті глобальних продажів нових авто [47]. Зростання цього сегмента відкриває

можливості для оновлення модельних рядів, проте одночасно посилює залежність від батарей, критичної сировини, зарядної інфраструктури та програмних платформ.

Не менш суттєвою є проблема нерівномірного технологічного переходу між країнами та регіонами. Світовий автомобільний ринок розвивається не як однорідна система, а як сукупність різних за темпами й моделями трансформації сегментів. Одні країни вже перейшли до фази масового поширення електромобілів і активного розгортання зарядної інфраструктури, інші лише входять у цю стадію, а деякі й досі залишаються прив'язаними до традиційної паливної моделі. Отже, ринок стає дедалі фрагментованішим не лише географічно, а й технологічно. У результаті виробники змушені одночасно працювати з кількома моделями попиту, різними стандартами регулювання та нерівномірно розвиненою інфраструктурою [38]. Така неоднорідність ускладнює глобальну стандартизацію й підвищує вартість стратегічного управління виробничим портфелем.

Серйозним викликом для галузі є залежність від глобальних ланцюгів доданої вартості. Сучасне автомобілебудування є глибоко інтегрованим у міжнародну кооперацію, тому будь-які збої в постачанні комплектуючих, електроніки, батарей, металів чи програмних компонентів мають швидкий мультиплікативний ефект. Саме тому автомобільний ринок виявився особливо вразливим до логістичних порушень, дефіциту напівпровідників, нестабільності морських перевезень і ресурсних обмежень. У сучасних умовах це вже не разова проблема, а один із системних ризиків галузі. Чим глибше виробництво розподілене між країнами, тим сильніше ринок залежить від узгодженості міжнародних потоків товарів, капіталу й інформації [30, с. 527]. Відповідно, однією з головних проблем функціонування ринку стає не тільки пошук найдешевшої виробничої конфігурації, а й забезпечення її стійкості до зовнішніх шоків. Для узагальнення основних проблем і викликів функціонування світового автомобільного ринку доцільно подати табл. 3.1.

Таблиця 3.1 – Основні проблеми та виклики функціонування світового автомобільного ринку в сучасних умовах [30; 38; 46]

Група викликів	Основний зміст проблеми	Ключовий наслідок для ринку
Економічні	висока вартість капіталу, інфляційний тиск, зростання витрат	зниження рентабельності та уповільнення попиту
Технологічні	електрифікація, цифровізація, залежність від батарей і ПЗ	перебудова конкурентних переваг і зростання інвестиційної потреби
Логістичні та виробничі	вразливість глобальних ланцюгів доданої вартості	збої постачання та підвищення ризиків виробництва
Геополітичні	торговельна фрагментація, санкції, стратегічне суперництво	регіоналізація виробництва та політизація ринку
Інвестиційні	зміщення капіталу в цифрову економіку та нові технології	посилення розриву між технологічними лідерами й відстаючими виробниками

Як видно з табл. 3.1, світовий автомобільний ринок функціонує в умовах багатовекторного тиску, коли окремі проблеми не ізольовані одна від одної, а формують єдину систему ризиків. Економічні обмеження посилюють інвестиційні труднощі, технологічні зміни загострюють ресурсну залежність, а геополітичні процеси ускладнюють підтримання стабільних міжнародних ланцюгів постачання. Саме тому ефективність функціонування ринку дедалі більше залежить від здатності його учасників діяти в умовах множинної невизначеності [46].

Геополітичний вимір викликів сьогодні є одним із найгостріших. Автомобільна галузь тривалий час розвивалася на основі моделі максимальної глобалізації, за якої виробництво, постачання й збут були розподілені між багатьма юрисдикціями. Проте нині ця модель перебуває під тиском торговельної фрагментації, санкційної політики, зростання напруженості між провідними центрами світової економіки та перегляду стратегічних підходів до промислової безпеки. WTO наголошує на збереженні високої невизначеності у глобальній торгівлі, а отже, автомобільні компанії все частіше змушені переоцінювати ризики надмірної залежності від окремих

країн, маршрутів і постачальників [46]. У результаті дедалі більшого значення набувають моделі *nearshoring*, *friendshoring* і регіоналізації виробництва.

У межах цього процесу особливої ваги набуває посилення Китаю у світовому автомобільному секторі. Китай зберігає статус найбільшого виробника автотранспортних засобів і дедалі активніше формує нову архітектуру конкуренції в електромобільному сегменті. Bloomberg пов'язує експансію китайських автомобілів на зовнішніх ринках із одним із найпомітніших зрушень останніх років [39]. Для європейських, американських і японських виробників це створює потребу у швидшому оновленні електромобільних платформ, локалізації батарейних ланцюгів та перегляді експортних стратегій.

Ще однією важливою проблемою є зростання ролі інвестиційної асиметрії. Світовий автомобільний ринок дедалі більше поділяється на тих учасників, які мають доступ до великих інвестицій у цифрові та «зелені» технології, і тих, хто змушений функціонувати в межах застарілих виробничих моделей. UNCTAD у *World Investment Report 2025* підкреслює, що міжнародне інвестування все більше концентрується у цифровій економіці [45]. Для автомобільної галузі отже, конкурентоспроможність залежатиме не лише від традиційної індустріальної бази, а й від здатності країни чи компанії інтегруватися в інвестиційні потоки, пов'язані з програмним забезпеченням, батареями, електронікою та автоматизованими виробничими системами. Відтак інвестиційний виклик полягає не просто у пошуку капіталу, а у здатності спрямувати його у стратегічно релевантні сегменти.

Суттєвою проблемою залишається ринкова концентрація, однак її потрібно оцінювати не лише за виручкою компаній. Для сучасного автомобільного ринку важливо враховувати концентрацію технологічних компетенцій: доступ до батарей, платформ електромобілів, програмного забезпечення, напівпровідників, сервісних екосистем і глобальних збутових каналів. Найбільші корпорації мають кращі можливості фінансувати R&D,

будувати партнерства з виробниками акумуляторів і швидше адаптувати модельний ряд. Менші виробники частіше залежать від зовнішніх постачальників технологій, тому їхня стратегія зводиться до нішевої спеціалізації, кооперації або інтеграції в ланцюги великих груп.

Таким чином, основні проблеми та виклики функціонування світового автомобільного ринку в сучасних умовах мають системний характер. Вони охоплюють економічну нестабільність, зростання витрат, технологічний тиск електромобільного переходу, вразливість глобальних ланцюгів доданої вартості, торговельну фрагментацію, посилення геополітичного суперництва, інвестиційну асиметрію та зростання ринкової концентрації. Сукупна дія цих чинників означає, що подальше функціонування ринку залежатиме не від простого відновлення виробництва, а від здатності компаній і країн адаптуватися до нової моделі глобальної автомобільної економіки, у якій технологічне оновлення, стійкість ланцюгів постачання та інституційна гнучкість стають ключовими умовами збереження конкурентоспроможності.

3.2 Перспективні напрями розвитку світового автомобільного ринку в умовах трансформації міжнародних економічних зв'язків

Перспективи розвитку світового автомобільного ринку в сучасних умовах безпосередньо пов'язані з глибокою трансформацією міжнародних економічних зв'язків, у межах якої змінюються логіка глобального виробництва, просторове розміщення потужностей, характер міжнародної конкуренції, моделі інвестиційної взаємодії та зміст технологічного обміну. Якщо на попередніх етапах основою розвитку галузі було нарощування масштабів виробництва в умовах відносно стабільної глобалізації, то нині перспективні напрями формуються в середовищі, де одночасно діють

тенденції цифровізації, електрифікації, регіоналізації, екологізації та переоцінки ризиків міжнародної залежності. Саме тому майбутнє світового автомобільного ринку визначатиметься не стільки кількісним зростанням виробництва, скільки якістю структурної адаптації до нової конфігурації світового господарства [34, с. 228].

Першим перспективним напрямом є перехід від простого нарощування продажів електромобілів до формування повного електромобільного ланцюга вартості. Йдеться про локалізацію виробництва батарей, розвиток переробки акумуляторів, розширення зарядної інфраструктури, здешевлення моделей масового сегмента та інтеграцію електромобілів в енергетичні системи. Без цих складових електромобільний перехід залишатиметься залежним від імпорту критичних компонентів і державних субсидій.

Другим стратегічним напрямом є поглиблення цифрової трансформації автомобільної галузі. У перспективі конкурентоспроможність автомобіля дедалі менше визначатиметься виключно технічними параметрами механічної конструкції й дедалі більше залежатиме від рівня цифрової інтеграції, програмної архітектури, здатності до оновлення функціоналу, обробки даних і взаємодії з транспортною та енергетичною інфраструктурою. Отже, світовий автомобільний ринок розвиватиметься у напрямі зближення з ІТ-сферою, цифровими платформами та сервісною економікою. У такій моделі виробник фактично перестає бути лише промисловим оператором і дедалі більше перетворюється на інтегратора техніко-цифрової екосистеми. У перспективі це може привести до розширення ролі штучного інтелекту, платформної аналітики, автономних систем керування та нових форм монетизації цифрових функцій автомобіля [30, с. 529]. Саме тому однією з головних умов майбутнього розвитку ринку стає не просто оновлення виробничої бази, а побудова нової цифрової індустріальної логіки.

Третім перспективним напрямом виступає перебудова глобальних ланцюгів доданої вартості. Попередня модель розвитку автомобільної

індустрії базувалася на максимальному просторовому розпорощенні окремих виробничих операцій за критерієм мінімізації витрат. Проте сучасні виклики довели вразливість надмірно довгих і фрагментованих ланцюгів постачання. У результаті в середньо- та довгостроковій перспективі світовий автомобільний ринок розвиватиметься у напрямі більш збалансованої конфігурації виробничих зв'язків, де поряд із глобальною ефективністю дедалі більшого значення набуватимуть стійкість, надійність, близькість постачальника та політична безпечність походження компонентів. Отже розширення практик регіоналізації, *nearshoring*, *friendshoring* і локалізації окремих критичних стадій виробництва [30, с. 531]. Така тенденція не заперечує глобальний характер ринку, але змінює його внутрішню просторову організацію. Світовий автомобільний ринок залишатиметься міжнародним за змістом, проте його реальна архітектура ставатиме менш хаотично глобалізованою й більш регіонально структурованою.

Четвертим напрямом є подальше посилення ролі транснаціональних корпорацій, але вже в оновленій формі. У попередній моделі ТНК були головним чином організаторами міжнародного виробництва та глобального збуту. У нових умовах їхня роль дедалі більше зсуватиметься у бік координації складних технологічних, інвестиційних і логістичних екосистем. Перспективи ринку пов'язані з тим, що великі транснаціональні виробники будуть змушені не лише масштабувати виробництво, а й інтегрувати фінансові, цифрові, ресурсні та екологічні рішення в єдину стратегічну модель. Отже подальше укрупнення ринку, посилення стратегічних альянсів, спільних інвестицій у батареїні платформи, програмне забезпечення та інфраструктурні рішення. Одночасно це посилюватиме асиметрію між глобальними лідерами та меншими виробниками, які не матимуть співставних ресурсів для участі в новій технологічній гонці [33, с. 27]. Отже, одним із імовірних результатів трансформації міжнародних економічних зв'язків стане не зменшення ролі

ТНК, а її зміна від простої експансії до високорівневої координації глобальних промислово-цифрових систем.

П'ятим перспективним напрямом розвитку є зміна географії міжнародної конкуренції. У найближчі роки світовий автомобільний ринок дедалі сильніше формуватиметься під впливом конкуренції між трьома великими блоками: азійським, європейським і північноамериканським. Водночас їхня роль не буде однаковою. Азія, передусім Китай, імовірно, зберігатиме виробниче та експортне домінування в електромобільному сегменті. Європа концентруватиметься на високотехнологічній адаптації, регуляторному лідерстві та екологічних стандартах. Північна Америка, своєю чергою, посилюватиме внутрішню індустріальну автономізацію та контроль над критично важливими технологічними елементами. Отже, подальший розвиток ринку відбуватиметься не лише у формі міжфірмової конкуренції, а й у формі конкуренції між різними інституційними моделями промислового розвитку [27, с. 198]. У перспективі це може призвести до того, що міжнародні економічні зв'язки у сфері автомобілебудування стануть менш універсальними та більш блоково організованими.

Шостим напрямом є посилення інвестиційної орієнтації ринку на технології подвійної трансформації – цифрової та екологічної. Перспективне зростання у світовому автомобілебудуванні дедалі сильніше концентруватиметься у сферах, пов'язаних із батарейними виробництвами, силовою електронікою, програмним забезпеченням, хмарною інфраструктурою, інтегрованими платформами мобільності, переробкою акумуляторів і управлінням енергоспоживанням. Отже, капітал у галузі буде перерозподілятися не рівномірно, а на користь тих напрямів, які поєднують екологічну відповідність, цифровий потенціал і масштабованість міжнародного застосування. У такій моделі сам автомобіль дедалі більше ставатиме елементом ширшої системи енергетичного, цифрового й логістичного обміну. Саме тому перспективи світового автомобільного ринку

доцільно пов'язувати не лише з промисловим виробництвом у вузькому розумінні, а й з інтеграцією у цифрову економіку та нові інвестиційні потоки.

Сьомим напрямом розвитку є зростання значення міжнародного торговельного регулювання та промислової політики. У попередній моделі глобалізації міжнародна торгівля автомобілями й компонентами розглядалася переважно через категорії відкриття ринків і зниження бар'єрів. У перспективі, навпаки, ключову роль відіграватимуть правила походження, локалізаційні вимоги, екологічна сертифікація, стандарти безпеки, субсидії для «зеленого» транспорту та контроль доступу до стратегічних ланок технологічного ланцюга. Отже, міжнародні економічні зв'язки у сфері автомобілебудування дедалі сильніше формуватимуться не лише під впливом попиту і пропозиції, а й у результаті активної державної політики. Для компаній це створює нові обмеження, але водночас відкриває нові можливості, пов'язані з участю у стимульованих державами сегментах ринку.

Восьмим напрямом розвитку є формування нової моделі ринкової вартості, у якій дедалі більше значення матиме не обсяг продажів сам по собі, а здатність виробника створювати додану вартість через сервіс, програмне забезпечення, підписні функції, енергетичну інтеграцію та платформну взаємодію з користувачем. У перспективі це може означати перехід від домінування традиційної моделі разового продажу автомобіля до гібридної моделі, де основна комерційна ефективність поєднуватиме фізичну реалізацію транспортного засобу з довготривалими цифровими й сервісними доходами. У такій системі виграватимуть не лише ті компанії, які виробляють більше автомобілів, а й ті, що зможуть утримувати споживача в межах власної екосистеми мобільності [32, с. 179]. Отже, перспективи ринку пов'язані не просто зі зміною техніки, а зі зміною самої бізнес-моделі автомобільної галузі.

Дев'ятим напрямом є посилення ролі адаптивності як самостійної конкурентної переваги. У сучасному середовищі, де зовнішні умови можуть швидко змінюватися під впливом торговельних, політичних, технологічних і

ресурсних факторів, саме здатність оперативно перебудовувати ланцюги постачання, інвестиційні програми, технологічні рішення і ринки збуту стає однією з головних умов успішного функціонування. Отже, перспективи розвитку світового автомобільного ринку будуть пов'язані з поширенням гнучких виробничих моделей, диверсифікацією партнерських мереж, модульністю платформ і скороченням часових лагів між інновацією та її ринковим масштабуванням. У цьому сенсі майбутній автомобільний ринок буде менш інерційним і більш адаптивним, ніж той, що існував у попередні десятиліття.

Отже, перспективні напрями розвитку світового автомобільного ринку в умовах трансформації міжнародних економічних зв'язків визначаються поєднанням електромобільного переходу, цифровізації, регіоналізації глобальних ланцюгів вартості, зміни ролі транснаціональних корпорацій, блокової перебудови міжнародної конкуренції, переорієнтації інвестицій на технології нової хвилі, посилення регуляторного впливу держав і формування нових моделей створення ринкової вартості. Отже, майбутнє світового автомобільного ринку полягатиме не в простому продовженні попередньої траєкторії розвитку, а у формуванні нової міжнародної автомобільної системи, у якій вирішальне значення матимуть технологічна гнучкість, інституційна адаптивність, екологічна сумісність і здатність інтегруватися у трансформовані міжнародні економічні зв'язки.

У третьому розділі встановлено, що подальший розвиток світового автомобільного ринку визначатиметься не стільки простим нарощуванням обсягів виробництва, скільки глибиною його адаптації до нової конфігурації міжнародних економічних відносин. У сучасних умовах ринок функціонує під впливом комплексу взаємопов'язаних проблем, серед яких ключове значення мають економічна нестабільність, зростання виробничих витрат, технологічний тиск електромобільного переходу, вразливість глобальних ланцюгів доданої вартості, торговельна фрагментація, інвестиційна асиметрія

та посилення геополітичного суперництва. Це дало підстави визначити сучасний етап як період не просто ускладнення ринкового середовища, а системної перебудови самої моделі функціонування світового автомобільного ринку.

З'ясовано, що основні проблеми функціонування світового автомобільного ринку мають комплексний характер і взаємно посилюють одна одну. Економічні виклики проявляються через високу вартість фінансових ресурсів, інфляційний тиск та зростання собівартості виробництва. Технологічні виклики пов'язані з електрифікацією, цифровізацією та потребою у масштабних інвестиціях у нові виробничі й інноваційні рішення. Геополітичні виклики виявляються у фрагментації світової торгівлі, посиленні стратегічного суперництва, зростанні ролі промислової політики та перегляді підходів до міжнародної кооперації. У сукупності отже, стійкість функціонування ринку дедалі менше залежить від одного фактора і дедалі більше визначається здатністю його учасників діяти в умовах множинної невизначеності.

Обґрунтовано, що перспективи розвитку світового автомобільного ринку безпосередньо пов'язані з подальшим розширенням електромобільного сегмента. Саме електромобільність формує нову технологічну і ринкову логіку галузі, оскільки змінює структуру попиту, виробничі архітектури, характер міжнародної конкуренції та напрями інвестування. У перспективі це сприятиме подальшому зростанню ролі виробників і країн, здатних контролювати батареїні технології, програмне забезпечення, критичну сировину та інфраструктуру заряджання. Відповідно, подальший розвиток світового автомобільного ринку дедалі більше залежатиме від інтеграції екологічної політики, інноваційної активності та міжнародної технологічної кооперації.

Визначено, що одним із найважливіших перспективних напрямів є поглиблення цифрової трансформації автомобільної галузі. У майбутньому

конкурентоспроможність автомобіля дедалі більше визначатиметься не лише технічними характеристиками механічної конструкції, а й рівнем програмної інтеграції, цифрових сервісів, аналітики даних і включеності у ширші екосистеми мобільності. Отже, світовий автомобільний ринок поступово переходить від традиційної індустріальної моделі до моделі техніко-цифрової інтеграції, у якій головну роль відіграватимуть інноваційна гнучкість, платформа взаємодії з користувачем та здатність швидко масштабувати нові рішення.

Доведено, що перспективи розвитку світового автомобільного ринку тісно пов'язані з перебудовою глобальних ланцюгів доданої вартості. Попередня модель надмірно розподіленого виробництва поступово змінюється моделлю більш стійкої, регіонально збалансованої та політично безпечної кооперації. Такий процес посилює ролі nearshoring, friendshoring, локалізації критичних компонентів та скорочення надмірно довгих ланцюгів постачання. Відповідно, світовий автомобільний ринок у перспективі залишатиметься глобальним за змістом, але його внутрішня структура ставатиме більш регіонально організованою, а критерій надійності дедалі частіше доповнюватиме критерій мінімізації витрат.

Встановлено, що подальша еволюція ринку відбуватиметься за умов збереження визначальної ролі транснаціональних корпорацій, але зміст цієї ролі змінюватиметься. У перспективі вони виступатимуть не лише організаторами міжнародного виробництва і збуту, а й координаторами складних інвестиційно-технологічних екосистем. Такий процес посилює стратегічних альянсів, спільних платформ, кооперації у сфері батарей, електроніки, програмного забезпечення та цифрової інфраструктури. Одночасно зростатиме розрив між глобальними технологічними лідерами та менш масштабними виробниками, що ще більше посилюватиме концентрацію ринку.

Отже, перспективи розвитку світового автомобільного ринку в системі сучасних міжнародних економічних відносин пов'язані з переходом до нової моделі глобального функціонування галузі. Її визначальними рисами будуть електромобільний та цифровий перехід, перебудова міжнародних виробничих зв'язків, посилення ролі промислової політики, інвестиційна переорієнтація на технології нової хвилі та зростання значення адаптивності як ключової конкурентної переваги. Отже, майбутнє світового автомобільного ринку полягатиме не в інерційному продовженні попередньої траєкторії, а у формуванні нової міжнародної автомобільної системи, де вирішальне значення матимуть технологічна гнучкість, інституційна стійкість та здатність інтегруватися в трансформовані міжнародні економічні зв'язки.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі здійснено комплексне дослідження світового автомобільного ринку в системі сучасних міжнародних економічних відносин, що дозволило узагальнити його теоретичні засади, проаналізувати сучасний стан і структурні трансформації, а також визначити ключові напрями подальшого розвитку в умовах глобальних викликів. Отримані результати свідчать, що поставлена мета дослідження досягнута, а сформульовані у вступі завдання реалізовані у повному обсязі.

У теоретичній частині встановлено, що світовий автомобільний ринок є складною багаторівневою економічною системою, яка функціонує на перетині глобального виробництва, міжнародної торгівлі, інвестиційних процесів і транснаціональної кооперації. Його сутність розкривається через поєднання виробничого, товарного, інституційного та інноваційного компонентів, що забезпечують інтеграцію національних економік у глобальні ланцюги створення вартості. Обґрунтовано, що сучасний автомобільний ринок слід розглядати не лише як сукупність операцій купівлі-продажу транспортних засобів, а як складний механізм перерозподілу ресурсів, технологій і капіталу у світовому господарстві.

У процесі дослідження методичних підходів доведено, що аналіз світового автомобільного ринку має поєднувати виробничі, торговельні, інвестиційні, технологічні та регіональні показники. Найбільш інформативними є не ізольовані обсяги виробництва або продажів, а їхня динаміка, частки регіонів, концентрація провідних країн, темпи зростання електромобільного сегмента та зміни у глобальних ланцюгах доданої вартості. Такий підхід дає змогу відокремити короткострокові коливання від довгострокових структурних зрушень.

Аналіз сучасного стану світового автомобільного ринку показав, що після відновлення 2021–2023 рр. галузь перейшла до етапу структурної

перебудови. У 2024 р. загальний випуск стабілізувався на рівні понад 92 млн одиниць, а у 2025 р. зріс до 96,4 млн одиниць. Водночас головна зміна відбулася не в загальному обсязі виробництва, а в його структурі: електромобільний сегмент зріс із 6,6 млн одиниць у 2021 р. до понад 20 млн одиниць у 2025 р., частка Азії та Океанії у виробництві перевищила 59 %, а Китай закріпив позицію провідного центру випуску та експорту. Це підтверджує перехід ринку від кількісного зростання до регіонально й технологічно асиметричної трансформації.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в узагальненні сучасного етапу розвитку світового автомобільного ринку як переходу від моделі кількісного зростання до моделі якісної трансформації, що базується на електромобільному переході, цифровізації та перебудові глобальних ланцюгів доданої вартості. Обґрунтовано, що сучасна конкурентоспроможність учасників ринку визначається не лише масштабами виробництва, а передусім здатністю інтегрувати інноваційні технології, управляти складними міжнародними зв'язками та адаптуватися до нестабільного зовнішнього середовища.

Практичне значення роботи полягає у формуванні пропозицій щодо удосконалення розвитку автомобільної галузі в умовах трансформації міжнародних економічних зв'язків. Зокрема, доцільним є активізація інвестицій у розвиток електромобільної інфраструктури та інноваційних технологій, що забезпечують підвищення конкурентоспроможності виробників. Важливим напрямом є диверсифікація ланцюгів постачання з метою зниження залежності від окремих регіонів і підвищення стійкості виробничих процесів. Необхідним також є посилення інтеграції у глобальні ланцюги доданої вартості через розвиток міжнародної кооперації, участь у спільних інноваційних проєктах та залучення іноземних інвестицій. Окрему увагу слід приділити розвитку цифрових рішень у сфері автомобілебудування, що включають автоматизацію виробництва, використання штучного

інтелекту, розвиток програмного забезпечення та інтеграцію транспортних засобів у цифрові екосистеми. Це сприятиме підвищенню ефективності виробництва, зниженню витрат і формуванню нових конкурентних переваг.

Таким чином, проведене дослідження підтверджує, що світовий автомобільний ринок перебуває на етапі глибоких структурних змін, які визначають його подальший розвиток у системі міжнародних економічних відносин. Реалізація запропонованих напрямів дозволить підвищити ефективність функціонування галузі, зміцнити її позиції у глобальному середовищі та забезпечити стійкий розвиток у довгостроковій перспективі.

ПЕРЕЛІК ДЖЕРЕЛ ПОСИЛАНЬ

1. Dicken P. *Global Shift: Mapping the Changing Contours of the World Economy*. 8th ed. New York : Guilford Press, 2022. 632 p.
2. Андронік О. Л., Криворучко Д. М. Управління в умовах швидких інновацій та зовнішніх факторів в автомобільній галузі. *Вісник Херсонського національного технічного університету*. 2022. № 4 (83). С. 119–126. DOI: <https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2022.4.16>. (дата звернення: 05.05.2026).
3. McKinsey & Company. *The future of mobility: Transforming to be ahead of the opportunity*. 2024. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/automotive-and-assembly/our-insights> (дата звернення: 22.04.2026)
4. Вергун В. А., Приятельчук О. А., Ступницький О. І. *Міжнародний бізнес : підручник*. 2-ге вид., перероб. та допов. Київ : Київський університет, 2024. 703 с.
5. Герасимчук В. Г., Войтко С. В., Серебренніков Б. С., Сакалош Т. В. *Міжнародна економіка : підручник*. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Видавництво «Політехніка», 2024. 533 с.
6. Голиков А. П., Довгаль О. А. *Міжнародні економічні відносини : підручник*. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2014. 602 с.
7. Давидова І. О., Величко К. Ю., Печенка О. І. *Транснаціональні корпорації : навч. посіб. для студентів економічних спеціальностей*. Харків : Форт, 2018. 175 с.
8. Deloitte. *2025 Global Automotive Consumer Study*. New York : Deloitte, 2025. URL: <https://www.deloitte.com/global/en/Industries/automotive/research/global-automotive-consumer-study.html> (дата звернення: 08.05.2026).

9. Зварич Р., Фаріон Д. Я. Вплив трансформації автомобільного ринку на макроекономічну стабільність національних економік. *Світ фінансів*. 2025. № 3 (84). С. 163–171
10. Зварич Р., Фаріон Д. Я. Інноваційна трансформація автомобільної галузі в умовах глобального «зеленого» переходу. *Вісник економіки*. 2025. № 3. С. 39–52
11. International Energy Agency. Global EV Outlook 2026. Paris : IEA, 2026. URL: <https://www.iea.org/reports/global-ev-outlook-2026> (дата звернення: 01.06.2026).
12. Іванова Л. О., Вовчанська О. М. Основні детермінанти розвитку кон'юнктури світового ринку автомобілів. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. Серія: «Економічні науки». 2020. № 4 (36). С. 88–99.
13. World Economic Forum. Navigating the Future of Electric Mobility. Geneva : WEF, 2024. URL: <https://www.weforum.org/> (дата звернення: 30.04.2026).
14. European Automobile Manufacturers' Association. The Automobile Industry Pocket Guide 2025–2026. Brussels : ACEA, 2025. URL: <https://www.acea.auto/publication/the-automobile-industry-pocket-guide-2025-2026/> (дата звернення: 18.05.2026).
15. Козицька Г. В. Ключові тенденції розвитку світового авторинку // Міжнародні економічні відносини. Сталий розвиток України в умовах глобалізації та Європейської економічної інтеграції: проблеми, перспективи, ефективність : матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Фенікс – 2024», 24 лютого 2025 року, м. Харків. Харків, 2025. С. 159–160. (дата звернення: 12.04.2026).
16. United Nations Conference on Trade and Development. World Investment Report 2025: International investment in the digital economy. Geneva : UNCTAD, 2025. URL: <https://unctad.org/publication/world-investment-report-2025> (дата звернення: 25.05.2026).

17. World Trade Organization. Global Trade Outlook and Statistics 2025. Geneva : WTO, 2025. URL: https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/trade_outlook25_e.htm (дата звернення: 03.05.2026).
18. International Organization of Motor Vehicle Manufacturers. Auto industry growth shifted east in 2025 amid global repositioning. Paris : OICA, 2026. URL: <https://oica.net/auto-industry-growth-shifted-east-in-2025-amid-global-repositioning/> (дата звернення: 28.05.2026).
19. Кривенчук Ю., Вовчак Л. Прогнозування тенденцій автомобільного ринку за допомогою методів машинного навчання. *Herald of Khmelnytskyi National University. Technical Sciences*. 2023. № 2 (319). С. 167–170.
20. Куцик П. О., Ковтун О. І., Башнянин Г. І. Глобальна економіка : підручник. Львів : Видавництво ЛКА, 2014. 703 с.
21. Лук'яненко Д. Г., Поручник А. М., Столярчук Я. М. Міжнародна економіка : підручник. Київ : КНЕУ, 2014. 762 с. (дата звернення: 09.04.2026).
22. Мазаракі А. А., Мельник Т. М., Юхименко В. В. та ін. Світовий ринок товарів та послуг : підручник / за заг. ред. А. А. Мазаракі. Київ : Держ. торг.-екон. ун-т, 2015. 719 с.
23. Малюта А. І., Небаба Г. О., Колісник А. Е. Світовий автомобільний ринок: сучасний стан і тенденції розвитку // *Агросвіт*. 2020. № 7. С. 111–116. URL: <http://www.agrosvit.info/index.php?op=1&z=3151&i=15>. (дата звернення: 15.04.2026).
24. Маньківський Ю. Р., Томчук О. Ф. Порівняння автомобільного ринку України і розвинених країн ЄС // *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2020. URL: http://visnyk-econom.uzhnu.uz.ua/archive/31_2020ua/13.pdf. (дата звернення: 11.05.2026).

25. International Trade Centre. Trade Map: Trade statistics for international business development. Geneva : ITC, 2025. URL: <https://www.trademap.org/> (дата звернення: 29.04.2026).
26. Офіційний сайт Міжнародної організації підприємств автомобільної промисловості (International Organization of Motor Vehicle Manufactures – IOMVM). URL: <http://oica.net/> (дата звернення: 04.04.2026).
27. PwC. Digital Auto Report 2025: Software, electrification and new mobility. PwC Strategy&, 2025. URL: <https://www.strategyand.pwc.com/> (дата звернення: 16.05.2026).
28. BloombergNEF. Electric Vehicle Outlook 2025. New York : BloombergNEF, 2025. URL: <https://about.bnef.com/electric-vehicle-outlook/> (дата звернення: 20.04.2026).
29. International Organization of Motor Vehicle Manufacturers. Production statistics. Paris : OICA, 2026. URL: <https://www.oica.net/production-statistics/> (дата звернення: 31.05.2026).
30. Савочкін О. Особливості формування глобальних ланцюгів доданої вартості в автомобільній галузі // *Європейський науковий журнал економічних та фінансових інновацій*. 2026. № 1 (19). С. 521–533
31. Стасюк Б. Аналіз основних тенденцій на автомобільному ринку України // *Bulletin of the National University of Water and Environmental Engineering*. 2023. № 2 (102). С. 275–285
32. KPMG. Global Automotive Executive Survey 2024. KPMG International, 2024. URL: <https://kpmg.com/> (дата звернення: 26.04.2026).
33. Organisation for Economic Co-operation and Development. Global value chains and the green transition in transport manufacturing. Paris : OECD, 2024. URL: <https://www.oecd.org/> (дата звернення: 13.05.2026).
34. International Energy Agency. Global EV Outlook 2025. Paris : IEA, 2025. URL: <https://www.iea.org/reports/global-ev-outlook-2025> (дата звернення: 02.05.2026).

35. Шуба М., Шуба О. Світовий ринок легкових автомобілів: особливості і тенденції розвитку. *Acta Academiae Beregsasiensis. Economics*. 2023. Вип. 4. С. 178–187
36. Brown F. Report: Biggest Car Manufacturers by Revenue, 2023 // CEOWORLD Magazine. 2023. URL: <https://ceoworld.biz/2023/10/25/report-biggest-car-manufacturers-by-revenue-2023>. (дата звернення: 19.04.2026).
37. Carlier M. *Revenue of the automotive manufacturing industry worldwide from 2019 to 2022*. Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/574151/global-automotive-industry-revenue/> (дата звернення: 22.05.2026).
38. European Automobile Manufacturers' Association. *The Automobile Industry Pocket Guide 2025–2026*. Brussels : ACEA, 2025. URL: <https://www.acea.auto/publication/the-automobile-industry-pocket-guide-2025-2026/> (дата звернення: 26.05.2026).
39. Hancock T. The US Hasn't Noticed That China-Made Cars Are Taking Over the World // Bloomberg. 2023. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2023-01-26/how-china-is-quietly-dominating-the-global-car-market>. (дата звернення: 16.04.2026).
40. International Energy Agency. *Global EV Outlook 2025*. Paris : IEA, 2025. URL: <https://www.iea.org/reports/global-ev-outlook-2025> (дата звернення: 09.05.2026).
41. International Organization of Motor Vehicle Manufacturers. *Production statistics*. URL: <https://www.oica.net/production-statistics/> (дата звернення: 30.05.2026).
42. International Organization of Motor Vehicle Manufacturers. *Sales statistics*. URL: <https://www.oica.net/category/sales-statistics>. (дата звернення: 06.05.2026).

43. International Trade Centre. *Trade statistics for international business development*. URL: <https://www.trademap.org/Index.aspx> (дата звернення: 27.04.2026).

44. Placek M. *Leading car manufacturing countries worldwide 2022*. Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/584968/leading-car-manufacturing-countries-worldwide/> (дата звернення: 01.05.2026).

45. United Nations Conference on Trade and Development. *World Investment Report 2025*. Geneva : UNCTAD, 2025. URL: <https://unctad.org/publication/world-investment-report-2025> (дата звернення: 20.05.2026).

46. World Trade Organization. *Global Trade Outlook and Statistics*. Geneva : WTO, 2025. URL: https://www.wto.org/english/res_e/publications_e/trade_outlook25_e.htm (дата звернення: 12.05.2026).

47. Executive summary URL: <https://www.iea.org/reports/global-ev-outlook-2025/executive-summary> (дата звернення: 10.05.2026).

48. Губарь О. В., Ільїна І. О. Трансформація світового ринку електромобілів в умовах реалізації політики «European Green Deal». Тиждень науки : збірник тез щорічної науково-практичної конференції викладачів, науковців, молодих учених, аспірантів та студентів, Запоріжжя, 13–17 квітня 2026 р. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2026, С. 238-240

49. Губарь О. В., Ільїна І. О. Світовий автомобільний ринок в умовах технологічної трансформації та глобальних викликів. Професійне становлення молоді в умовах інтеграційного розвитку України : збірник тез XXI Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції, Хмельницький, 28 травня 2026 р. Хмельницький : ХНТУ, 2026

ДОДАТОК А

Показники та методи аналізу світового автомобільного ринку

Група показників / методів	Зміст	Аналітичне призначення
Показники масштабу ринку	Обсяг світового виробництва автотранспортних засобів, обсяг світових продажів нових автомобілів, місткість окремих національних і регіональних ринків, кількість зареєстрованих транспортних засобів	Дають змогу визначити загальний розмір ринку, його вагу у світовій економіці та значення окремих країн і регіонів у глобальному автомобілебудуванні
Показники динаміки	Темпи зростання або скорочення виробництва, продажів, експорту, імпорту, інвестицій, частки електромобілів у загальному обсязі реалізації	Дозволяють оцінити характер зміни ринку в часі, виявити періоди зростання, стабілізації або спаду, а також швидкість структурної трансформації галузі
Структурні показники	Частка окремих регіонів у світовому виробництві, частка провідних країн у глобальному випуску автомобілів, співвідношення сегментів легкових автомобілів, комерційного транспорту, електромобілів і гібридів, частка окремих компаній у загальному обсязі виробництва або продажів	Дають змогу оцінити ступінь концентрації ринку, його просторову організацію та розподіл ринкової влади між ключовими учасниками
Зовнішньоторговельні показники	Обсяг експорту та імпорту автомобілів і комплектуючих, торговельне сальдо, експортна квота, імпортозалежність, географія експорту та імпорту, частка автомобільної продукції у загальному товарному експорті країни	Відображають ступінь включеності автомобільного сектору у світову торгівлю, рівень міжнародної відкритості та місце у глобальних ланцюгах доданої вартості
Інвестиційні показники	Обсяг капіталовкладень у виробництво, частка інвестицій у НДДКР, обсяг прямих іноземних інвестицій у галузь, витрати на модернізацію виробництва, інвестиції у зарядну	Дозволяють оцінити інвестиційну привабливість галузі, технологічний потенціал її оновлення та перспективи довгострокового розвитку

	інфраструктуру та батареїні технології	
Технологічні показники	Частка електромобілів у загальному продажі нових авто, обсяги виробництва та продажів електромобілів, темпи розвитку батареїних технологій, рівень цифровізації виробництва, розвиток зарядної інфраструктури, екологічні характеристики продукції	Дають змогу оцінити рівень технологічної трансформації галузі та її готовність до функціонування в новій моделі мобільності
Конкурентні показники	Рівень концентрації виробництва, частки ринку провідних корпорацій, виручка компаній, рентабельність, продуктивність праці, ефективність виробництва, інтенсивність інноваційної конкуренції	Дають змогу визначити силу провідних виробників, характер конкурентної боротьби та бар'єри входу в галузь
Показники трансформації ринку	Зміна частки електромобілів, зсув регіональної структури виробництва, зміна ролі Китаю у світовому виробництві й експорті, розвиток цифрових сервісів, перебудова міжнародних ланцюгів постачання, зміна інвестиційних пріоритетів	Дають змогу оцінити стратегічний напрям розвитку ринку та глибину його структурної перебудови
Системний метод	Розгляд світового автомобільного ринку як цілісної багаторівневої системи, у якій взаємодіють виробничі, торговельні, інвестиційні, технологічні та інституційні елементи	Забезпечує комплексне бачення ринку та виявлення взаємозв'язків між його складовими
Метод аналізу і синтезу	Поділ об'єкта дослідження на окремі складові з подальшим узагальненням отриманих результатів	Дозволяє перейти від вивчення окремих явищ до формування цілісних висновків
Порівняльний метод	Зіставлення регіонів, країн, компаній і сегментів ринку за ключовими показниками	Дає змогу виявити спільні риси, відмінності та конкурентні позиції учасників ринку
Статистичний метод	Аналіз динаміки виробництва, продажів, експорту, імпорту, інвестицій та інших кількісних характеристик ринку	Забезпечує кількісне оцінювання стану і розвитку світового автомобільного ринку
Графічний метод	Побудова графіків, діаграм, схем і візуальних моделей	Підвищує наочність результатів дослідження та

		полегшує інтерпретацію тенденцій
Табличний метод	Систематизація цифрових даних у таблицях	Дозволяє компактно представити результати аналізу та порівняння
Структурний метод	Аналіз співвідношення між сегментами, регіонами, країнами та групами виробників	Дає змогу встановити внутрішню будову ринку та характер розподілу його складових
Кон'юнктурний метод	Оцінювання поточного стану ринку, співвідношення попиту і пропозиції, ринкової активності та впливу зовнішніх факторів	Дозволяє виявити особливості сучасної ринкової ситуації та короткострокові тенденції
Прогностичний метод	Використання трендів, сценаріїв і аналітичних оцінок для визначення майбутніх змін	Дає змогу встановити перспективні напрями розвитку ринку в умовах глобальної трансформації