Електронне наукове фахове видання **"Ефективна економіка"** включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України від 11.07.2019 № 975)
www.economy.nayka.com.ua | № 2, 2022 | 24.02.2022 р.

DOI: 10.32702/2307-2105-2022.2.8

УДК 33.338

А. О. Касич,
д. е. н., професор, завідувач кафедри управління та смарт-інновацій,
Київський національний університет технологій та дизайну
ORCID ID: 0000-0001-7019-1541
Г. О. Ляшенко,
магістрант кафедри управління та смарт-інновацій,
Київський національний університет технологій та дизайну
ORCID ID: 0000-0002-7039-5541

ІННОВАЦІЇ ЯК ЧИННИК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МІЖНАРОДНИХ АВТОМОБІЛЬНИХ КОМПАНІЙ

A. Kasych,
Doctor of Economic Sciences, Professor,
Head of the Department of Management and Smart-Innovation,
Kyiv National University of Technologies and Design
G. Lyashenko,
Student of the Department of Management and Smart-Innovation,
Kyiv National University of Technologies and Design

INNOVATION AS A FACTOR OF COMPETITIVENESS OF INTERNATIONAL AUTOMOBILE COMPANIES

У статті досліджено поняття «інновація», яке нерозривно пов'язане з конкурентоздатністю усіх компаній світу, що надають свою продукцію, чи послуги, на регіональному та міжнародному ринках, наведено основні характеристики, чинники конкурентоспроможності та їх особливості. Досліджено існуючі підходи до класифікації чинників конкурентоспроможності у розрізі ключових критеріїв, зокрема, за середовищем виникнення, за джерелами походження, за тривалістю дії, іншими.

Особливості забезпечення конкурентоспроможності на світовому ринку досліджено на прикладі міжнародних автомобільних компаній. Наголошено, що конкурентоспроможними на зовнішніх ринках є компанії, які можуть сформували критичний обсяг ресурсів, достатніх для забезпечення конкурентних переваг на внутрішньому ринку. Зазначено ключові характеристики конкурентних переваг міжнародних компаній, які формуються за рахунок постійних поліпшень, розвитку конкурентного потенціалу та достатнього обсягу ресурсів, глобального бачення розвитку, а також розробки та впровадження конкурентної стратегії в умовах міжнародних ринків.

Проведено комплексний аналіз ключових чинників конкурентоспроможності міжнародних автомобільних компаній, які в тому числі стосуються інноваційних процесів, екологічних характеристик діяльності. Ключовим трендом розвитку міжнародних ринків є ріст попиту на електромобілі, відповідно компанії перебудовують бізнес-моделі, орієнтуючись на цілі сталого розвитку. Доведено доцільність розвитку інноваційного капіталу та активізації НДДКР, як основних механізмів забезпечення компаній новітніми проектами та розробками, що є основою міжнародної конкурентоспроможності.

The article examines the concept of "innovation", which is inextricably linked with the competitiveness of all companies in the world that provide their products or services in regional and international markets, presents the main characteristics, factors of competitiveness, and their features. The existing approaches to the classification of competitiveness factors in terms of key criteria, particularly by the environment of origin, sources of origin, duration of action, and others, are studied.

Peculiarities of ensuring competitiveness on the world market have been studied on the example of international automobile companies. It is emphasized that companies that can form a necessary amount of resources sufficient to ensure competitive advantages in the domestic market are competitive in foreign markets. The article outlines the key characteristics of competitive advantages of international companies, which are formed due to continuous improvement, development of competitive potential and sufficient resources, global vision of development, as well as development and implementation of competitive strategy in international markets.

The article also provides a comprehensive analysis of key factors in the competitiveness of international automotive companies, including innovation processes environmental performance. Among the features of the formation of competitive advantages of international companies was the need to constantly seek new approaches to building sources of competitive advantage, accumulation of resource potential, and implementation of a long-term global vision of development prospects.

The key trend in the development of international markets is the growth of demand for electric vehicles, respectively, companies are restructuring business models, focusing on sustainable development goals. The expediency of developing innovative capital and intensifying R&D as the main mechanisms for providing companies with the latest projects and developments, which is the basis of international competitiveness, has been proved. The main emphasis of the article is on the study of the experience of Tesla, whose influence was manifested in the development of the electric automotive industry, which has become a new trend of competitiveness.

Ключові слова: *інновація; конкурентоспроможність; виробництво; система; фактори; конкуренція.*

Keywords: *innovation; competitiveness; production; system; factors; competition.*

Постановка проблеми. Міжнародні компанії є потужними гравцями на глобальних ринках: вони забезпечують значну частку світового виробництва, зайнятості, інвестицій, міжнародної торгівлі, досліджень на інновацій. Відповідно рішення, які приймаються керівництвом цих компаній впливає не лише на діяльність конкурентів, а й на розвиток галузей, ринків певних видів продукції, тренди науково-технічного розвитку. Так, в економіці США міжнародні компанії забезпечують 26,5% зайнятості, 53,2% капітальних інвестицій, 83,5% промислових НДДКР, 59,8% експорту та 52,7% імпорту [14].

Незважаючи на такі позиції міжнародних компаній навіть в економіці США питання їх конкурентоспроможності залишається актуальним. *По-перше*, тому що компанії опікуються питаннями конкурентоспроможності на будь-якому етапі розвитку. *По-друге*, відбувається консолідація, укрупнення активів міжнародних компаній через злиття та поглинання, а отже конкуренція на світовому ринку набуває інших характеристик: конкурують глобальні компанії, які володіють потужним ресурсом ведення конкурентної боротьби.

Відповідно завдання розвитку чинників конкурентоспроможності є важливим для міжнародних компаній, оскільки глобальні ринки характеризуються конкуренцією на основі «високих» чинників, які пов’язані з інноваціями, креативністю, технологіями. Іншими словами слід зазначити, що саме чинник інноваційної активності формує конкуренцію, а отже, мета забезпечення конкурентоспроможності вимагає посиленої уваги до ключових чинників, які її визначають. На ринках багатьох найменувань товарної продукції інноваційна активність є ключовим чинником конкурентоспроможності, відповідно питання управління інноваціями потребує системного дослідження, напрацювання позитивних практик та формування умов, які є найбільш значимими.

Інноваційна активність з позицій комплексного підходу для українських підприємств вимагає комплексу змін, які стосуються оновлення виробничого обладнання, впровадження нових техніки та технологій, розвитку інтелектуального потенціалу підприємства. Ключовою проблемою активізації системних інновацій на українських підприємств є формування необхідного обсягу фінансових ресурсів. Враховуючи рівень відставання українських підприємств від зарубіжних конкурентів питання інвестицій в інновації є

непереборним без прийняття певних стратегічних рішень, а тому активізувати процеси можна за рахунок реалізації окремих проєктів.

Зважаючи на все вище викладене питання дослідження взаємозв'язків між конкуренцією та інноваційною діяльністю підприємства потребує дослідження, особливо в контексті активізації інноваційної діяльності українських підприємства, для яких вивчення зарубіжного досвіду може стати основою поетапних змін та цільового управління.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання ролі інновацій в контексті забезпечення конкурентоспроможності підприємств певним чином досліджувались як українськими, так і зарубіжними вченими, однак з акцентом на загальних питаннях.

Теоретичні основи управління ключовими чинниками конкурентоспроможності закладено в працях Драган О.І. [2], Кадируса І.Г. [4], Янкового О.Г. [6], Лоуренса Р. [8]. Питання конкурентоспроможності підприємств автомобілебудування досліджено в праці Шевченка І.Ю. [10].

Безпосередньо особливості управління інноваціями як чинника конкурентоспроможності розкрито в праці Корсікової Н.М. [7]. Автор зазначає, що організаційне забезпечення інновацій має знаходитись в постійному взаємозв'язку, єдності та взаємодії. В праці Позняка С.В. [9] розкрито сфери впливу інновацій та розкрито особливості впливу інновацій на взаємодію між підприємствами, на внутрішні бізнес-процеси, а також на результати діяльності.

Питання управління інноваціями на основі реалізації стратегій випереджаючого розвитку, що є особливо важливим в контексті забезпечення міжнародної конкурентоспроможності, наведено в праці Ілляшенко Н.С. [3].

Безпосередньо роль інновацій у процесах формування переваг перед суперниками на міжнародному ринку розкрито в працях [3, 5, 7, 9, 17].

Однак залишається ряд питань, які потребують осмислення та додаткового дослідження.

Метою статті є дослідження особливостей управління інноваціями в контексті забезпечення міжнародної конкурентоспроможності автомобільних компаній.

Виклад основного матеріалу. В умовах загострення конкуренції особливого значення набувають питання дослідження ключових чинників конкурентоспроможності, а оскільки міжнародні компанії здійснюють свою діяльність на світовому ринку, то його особливості впливають на процеси управління інноваціями.

Теоретичним базисом управління конкурентоспроможністю є праця Портера М. [24], який зазначив, що суть конкуренції, незалежно діє вона на внутрішньому ринку чи зовнішньому, виражається п'ятьма силами: загрозою появи нових конкурентів; загрозою появи товарів чи послуг – замінників; здатністю покупців торгуватися; суперництвом вже існуючих конкурентів між собою, владою постачальників. Сили конкуренції за Портером М. визначають прибутковість галузі, тому що вони впливають на ціни, які можуть диктувати фірми, на витрати, які їм доводиться нести, та на розміри капіталовкладень, необхідні для того, щоб вести інноваційну діяльність, та конкурувати в цій галузі.

В сучасних дослідженнях [2, 4, 6, 10] чинники конкурентоспроможності поділяють відповідно до класифікаційних ознак (табл.1).

Таблиця 1.

Класифікація чинників конкурентоспроможності підприємства

№	Критерії поділу	Чинники
	За середовищем виникнення	Внутрішні: продукція, ресурси, компетенції, корпоративна, культура та ін. Зовнішні: країнові, регіональні, галузеві, кластерні.
	За джерелами свого походження	1) галузеві 2) макроекономічні; 3) чинники світової економіки.
	Залежно від сфери походження	1) науково-технічні чинники 2) організаційно-економічні чинники 3) соціальні чинники; 4) екологічні чинники 5) політичні чинники
	За сферою формування	фактори зовнішнього середовища, фактори конкурентного ринкового середовища, фактори конкурентного потенціалу підприємства, фактори конкурентоспроможності продукції.
	За тривалістю дії	постійні і змінні
	За вартісною характеристикою	цінові і нецінові,
	За характером дії	основні і додаткові

Джерело: складено авторами за даними [2, 4, 6, 10]

Слід погодитись з думкою Янкового О.Г. [6], який зазначив, що конкурентоспроможність фірми виражається через багаторівневу ієрархію факторів, де верхній рівень – частка ринку – безпосередньо залежить від досягнутої конкурентоспроможності продукції, другий рівень визначає її потенційну

конкурентоспроможність, третій і четвертий – якість управління, останній, п'ятий рівень, – характеризує досягнуті економічні результати.

Потужним чинником конкурентоспроможності підприємства в сучасних умовах виступає бренд, який, з одного боку – є результатом дії комплексу інших, перерахованих вище чинників, а з іншого боку – є додатковим нематеріальним активом. Фактично, бренд створює унікальну та відмінну позицію в компанії серед її конкурентів [13], яка базується на довірі. Відповідно довіра з боку споживачів – головна мета будь-якої компанії, а весь комплекс ресурсів та характеристик є основою формування бренду. Відповідно бренд та брендинг є інстументами підвищення конкурентоспроможності, основою чого є: підвищення лояльності клієнтів, ріст рентабельності, запобігання появі нових конкурентів, зменшення вразливості перед конкурентами, зменшення витрат на рекламу.

Міжнародні компанії виступають суб'єктами конкуренції на міжнародному ринку. Відповідно закономірності розвитку міжнародної конкуренції є визначальними для діяльності міжнародних компаній. Крім того, міжнародні компанії, оскільки вони є потужними учасниками конкурентної боротьби, характеризуються високим рівнем конкурентоспроможності.

Глобальна конкуренція, як і глобальний ринок, має ряд особливостей. Основними серед яких є [25]: уніфікація вимог споживачів до продукції у різних країнах, стандартизація характеристик конкурентоспроможної на світовому ринку продукції, усереднення індикаторів ресурсного забезпечення успішної діяльності міжнародних компаній; масштаб корпоративного бачення поширюється на глобальний ринок в цілому.

Фрідман Т. [15] стверджував, що інтернет у поєднанні з глобалізацією та посиленням лібералізації торгівлі вирівнює конкурентне поле між розвиненими країнами, що розвиваються. Це означає, що компанії існують у «плоскому світі», тому що економіки по всьому світу сходяться в єдиній інтегрованій глобальній системі [24]. Для керівників ключовим моментом і те, що перебування фірми у певній країні перестає бути перевагою чи недоліком.

Хоча ринки певних країн характеризуються значною місткістю, а відповідно присутність на таких ринках формує додаткові умови для формування конкурентних переваг.

Глобальний масштаб діяльності міжнародних компаній забезпечує формування певних конкурентних переваг, виключно за рахунок таких характеристик як: розташування діяльності у різних країнах та вихід на зарубіжні ринки зсередини; оптимізація витрат на рахунок економії транспортних витрат. Але головне завдання, яке стосується доступу до спеціалізованих навичок та унікальних компетенцій, що також існують на зарубіжних ринках. Відповідно компанії, які є конкурентоспроможними на зовнішніх ринках, повинні бути спроможними сформували критичний обсяг ресурсів, достатніх для забезпечення конкурентних переваг на внутрішньому ринку.

Основою конкурентоспроможності на ринку є досягнення конкурентних переваг, відповідно, основою міжнародної конкурентоспроможності є спроможність підприємства сформувати міжнародні конкурентні переваги.

«Конкурентна перевага випливає з поліпшувань, нововведень та змін. Підприємства отримують перевагу перед суперниками на міжнародному терені тому, що знаходять нові засоби для ведення конкурентної боротьби, що мають більшу ефективність» [6, с. 470].

Ключовими характеристиками конкурентних переваг міжнародних компаній є:

по-перше, конкурентна перевага потребує постійних поліпшень;

по-друге, підтримка переваг вимагає розвитку конкурентного потенціалу та достатнього обсягу ресурсів;

по-третє, підтримка переваг вимагає глобального бачення розвитку, а також розробки та впровадження конкурентної стратегії в умовах міжнародних ринків.

Вплив ключових чинників конкурентоспроможності розглянемо на прикладі міжнародних компаній – виробників автомобільної продукції.

Автомобільна галузь в даний час входить в період трансформацій, а отже конкурентоспроможність компаній залежить від того, на скільки вони здатні відповідати галузевим зрушенням.

До існуючих викликів розвитку автомобільних компаній, пов'язаних з дією глобальних чинників, додають також галузеві.

Автомобільні фірми ж конкурують за різними характеристиками автомобілів. Базовими областями конкурентоспроможності автовиробників є: якість збірки, норми викидів, безпека, екологічність виробництва

В умовах, коли вже сьогодні основна мета промисловості полягає у зменшенні обсягів викидів CO^2 в атмосферу при базовій потребі не втрачати рівень завантаження виробничих потужностей, основною конкурентною перевагою є саме екологічність виробництва та екологічність засобів виробництва автомобілів. У великих фірм є можливість принести технологічні зміни та умови конкуренції у всьому сегменті за рахунок інноваційних розробок. У автомобільній промисловості сім основних способів, якими компанія може перевершити інших конкурентів, включає: вартість, якість, сервіс, бренд, інновації та комфорт, екологічність [12].

Першим індикатором позицій компаній на ринку є динаміка обсягів виробництва продукції (рис. 1).

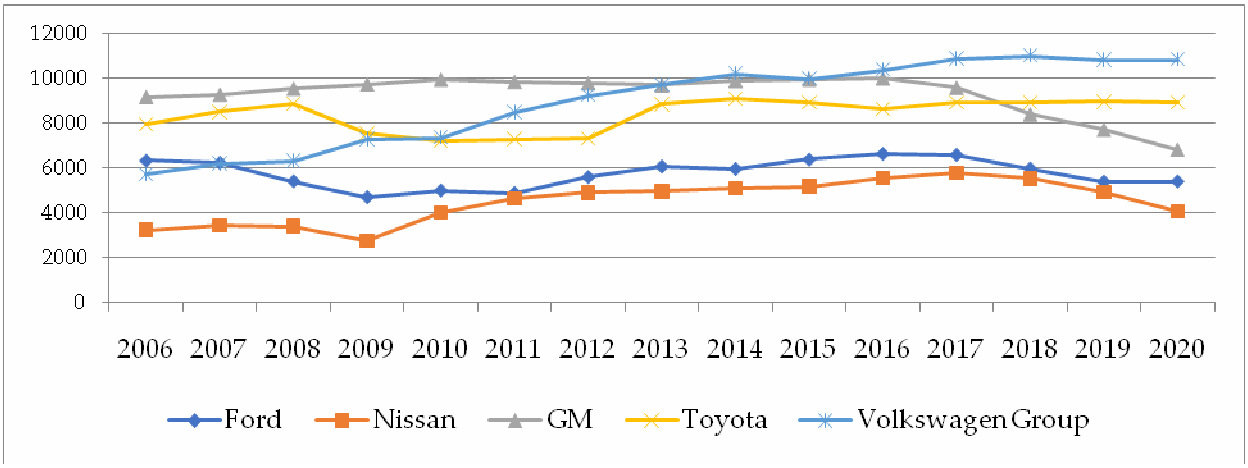

Рис. 1. Динаміка обсягів реалізації автомобілів
Джерело: побудовано авторами за даними [18-22]

Представлені дані свідчать про загалом нестійку динаміку виробництва у всіх досліджуваних підприємств. Впродовж 2006-2020 рр. середньорічна динаміка виробництва у розрізі підприємств складала Volkswagen Group – 104,81%, Nissan – 102,7%, Toyota – 101,1%, Ford – 99,2%, General Motors Company – 98,04%. Тобто загальну тенденцію до нарощування обсягів виробництва мають не всі автомобілевиробники. Компанії Ford та General Motors на докризовий рівень за підсумками 2020 р. не вийшли. Особливо нестійка динаміка спостерігалась впродовж кризи 2007-2009 рр. та в останні роки під впливом Covid-19.

Дещо іншою динамікою характеризується виробництво компанії Tesla (рис. 2), яка випускає виключно електромобілі, а отже діяльність компанії, яка в повній мірі відповідає сучасним вимогам екологічності, тобто концепції стійкості, не зазнала суттєвого впливу дії пандемії.

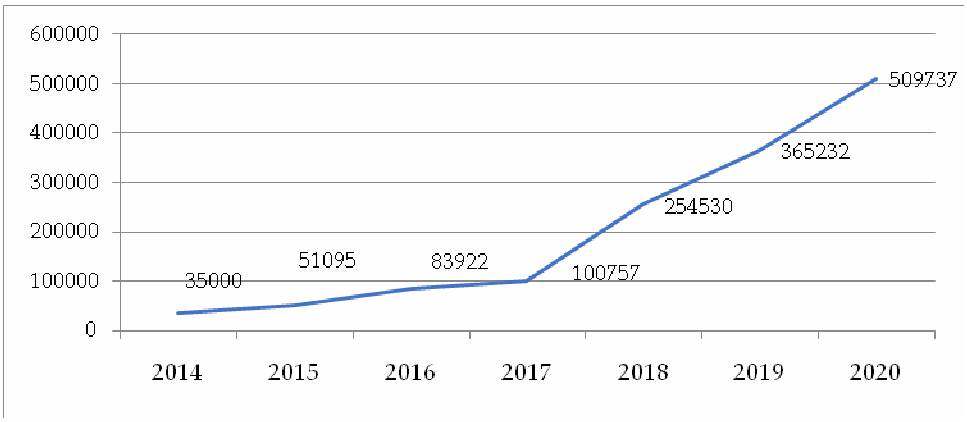

Рис. 2. Динаміка обсягів виробництва електричних автомобілів компанією Tesla
Джерело: побудовано авторами за даними [23]

Загалом на даному прикладі можна представити вплив інновацій, які повязані з вимогою створення вуглецево-нейтрального суспільства до 2050 року, на діяльність окремих компаній та галузі в цілому. Ринок висуває чіткі вимоги до виробників щодо екологічних характеристик продукції, змінюючи вектор розвитку галузі, тобто заохочуючи виробників на виробництво електрофікованих автомобілів. Зростання попиту на електромобілі (за період з 2010 по 2020 рр – темпи склали в середньому 149,5%) призвело до зростання обсягів виробництва. Світовий ринок електромобілів досягнув в 2020 р. обсягу 10 млн., що на 43% більше, ніж у 2019 році [16].

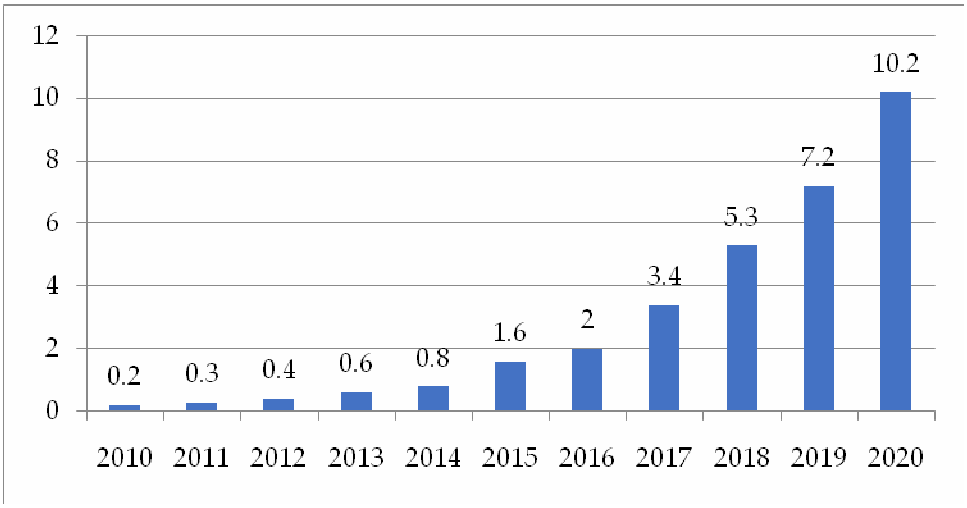

Рис. 3. Динаміка обсягів світового виробництва електричних автомобілів
Джерело: побудовано авторами за даними [16]

Автомобільні компанії, намагаючи використати ріст попиту на електромобілі, суттєво нарощують обсяги їх виробництва, перебудовують бізнес-моделі, орієнтуючись вже системно на цілі сталого розвитку. Даний напрям потребує суттєвих зусиль, оскільки станом на 2020 рік частка електромобілів у загальному обсязі реалізації продукції досліджуваних автоконцернів, складала від 2 до 20%. Всі без винятку компанії планують суттєво збільшити обсяги стійких інвестицій у виробництво електромобілів. Так, General Motors Company планує launch 30 electric vehicles та понад 35 billion інвестицій by 2025. Ford спрямує 30 billion інвестицій by 2025 та орієнтується на 40% of its global sales to be battery-electric vehicles by 2030. Безпрецидентний обсяг інвестицій у електромобілі планує здійснити Volkswagen Group (до 86 ллрд дол до 2025).

Таким чином потенціал динамічного розвитку ринку автомобілів за рахунок екологічно-відповідального тренду, який чітко формується під впливом споживачів, урядів країн та інших категорій стейкхолдерів через зростання попиту на електромобілі, автовиробники зможуть використати лише здійснюючи інвестиції у розвиток цього напряму діяльності.

Автомобільні компанії у світі, компанії реалізують різні стратегії зеленого менеджменту, щоб отримати конкурентну перевагу.

Зелений менеджмент можна визначити як управлінський підхід фірми до вирішення екологічних проблем шляхом ухвалення GPI. «Зелений» менеджмент знижує витрати, пов'язані з капіталом, робочою силою та матеріалами, що використовуються у «зелених» продуктах, і збільшує доходи фірм за рахунок преференційного доступу до ринку, диференціації продукції та передачі менш забруднюючих технологій. Оскільки «зелений» менеджмент змінює всю бізнес-операцію, він стимулює організацію до радикальних інновацій. У той час як екологічний менеджмент позитивно впливає на інновації продуктів. Якщо розглядати приклади лідерів автопромислового ринку, то можна відмітити певну специфіку виробництва, стратегії та методу, пріоритету.

Таким чином основна стратегія Ford Motor Company полягає у розробці продуктів та ефективному лідерстві. Вони зосереджені на стратегії, спрямованої зниження цінових переваг споживачам. General Motors приділяє особливу увагу інноваціям та випуску продукції чудової якості, використовуючи децентралізований контроль за прийняттям рішень як свою основну стратегію. Toyota відрізняється як якістю, так і продукцією [7]. Японські автовиробники, такі як Honda, Toyota та Nissan, пожинають плоди цієї ситуації. Цим фірмам доводиться багато працювати, щоб задовольнити своїх внутрішніх покупців.

Дотримання високих стандартів якості виробництва дозволяє фірмам для того, щоб пропонувати високоякісну продукцію при конкуренції на міжнародних ринках.

Проте на сьогодні лідером автомобільних «інновації» є компанія «Tesla». Компанія не лише змогла закріпитися на міжнародному ринку, але й встигла за свою коротку історію принести в індустрію багато інноваційних рішень, що повністю відповідають семи способам перевершення конкурентів. Компанія змістила автомобільну промисловість у бік електромобілів і досягла стабільного зростання доходів (перевищивши 20 мільярдів доларів у 2019 році [27]). На початку 2020 року Tesla була найефективнішим автовиробником з точки зору загального прибутку, зростання продажів та довгострокової акціонерної вартості. Tesla не лише виробляє інноваційні електромобілі, але й створила інноваційну апаратну та програмну архітектуру [26].

Інноваційна культура Tesla, що глибоко вкорінилася, вирізняється, навіть, серед провідних конкурентів. Можна виділити декілька факторів, які сприяють становищу Tesla серед еліти.

Перший фактор полягає у інноваційних особах, таким чином генеральний директор Маск І. найбільше пов'язаний із зростанням Tesla [1]. Згідно з Harvard Business Review, талант Маска активно використовується для створення та використання інноваційного капіталу для отримання підтримки своїх ідей. Крім того, окрім Маска, керівництво Tesla укомплектоване інноваційними людьми, які зробили його найціннішим виробником автомобілів у світі.

Другим фактором можна виділити ексклюзивне представництво Tesla в Aurum. Штробель Дж. є одним із співзасновників Tesla і в даний час обіймає посаду старшого радника. Він став всесвітньо визнаним основним

доповідачем з питань інновацій та сталого розвитку та відіграв важливу роль у створенні Tesla, оскільки винайшов основні технології автовиробника.

Інноваційні автомобілі, двигуни та архітектура – не єдине, чим багатий арсенал компанії, адже список інновацій Tesla стосуються:

рекордів пробігу тільки завдяки своїм екологічно чистим акумуляторам, що швидко заряджаються;

формування систем домашнього накопичення енергії та накопичення енергії у мережах;

виходу компанії на ринок сонячної енергетики із придбанням SolarCity. В результаті асортимент продукції Tesla тепер включає сонячні панелі та сонячну черепицю для будинків.

Загалом бізнес-модель Tesla є основою того, що вона залишається стійкою у фінансовому плані. Амбіційна місія Tesla щодо перетворення глобальних транспортних систем та систем виробництва/споживання енергії знаходить відгук у споживачів.

Висновки та перспективи подальших досліджень: На основі вищезазначеного можна зробити висновок, що на конкурентоспроможність продукції і підприємства впливає в першу чергу інноваційний потенціал, який відображається у певних принципах та особливостях. Залежно від галузі функціонування підприємства, ступеня його самостійності, вибору пріоритетних напрямів у дослідженні конкурентоспроможності підприємства доцільно обирати ту чи іншу систему чинників, які будуть стимулювати розробку нових технологій та нових пропозицій враховуючі напрями та чинники прямих конкурентів.

Проведений аналіз розвитку ринку автомобільної продукції свідчить про те, що інноваційно-активна компанія спроможна змінити тренди у галузі та сформувати нові вектори перетворень, що підтверджує важливість розвитку інноваційного потенціалу як основи конкурентоспроможності.

Література.

1. Вэнс Э. История Tesla: как миллиардер Илон Маск перевернул мировой авторынок, Forbes, 2015, URL: https://t1p.de/pb21 (дата звернення 12.12.2021).
2. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти. монографія. К.: ДАКККіМ, 2006. 160 с.
3. Ілляшенко Н.С. Механізм управління стратегіями випереджаючого науково-технологічного інноваційного розвитку промислового підприємства. *Ефективна економіка*. 2020. № 2. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7636 (дата звернення: 5.12.2021).
4. Кадирус І. Г. Конкурентоспроможність підприємства та фактори, що на неї впливають. *Ефективна економіка*. 2014. № 5. С.24-28. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3390 (дата звернення: 05.01.2022).
5. Управління міжнародною конкурентоспроможністю: підприємство – регіон: монографія. Ю.Г. Козак, І.О. Уханова, О.А. Єрмакова, О.О. Сукач, С.В. Ляліков, О.В.Сулім, Д.Н. Бурлаченко, О.В. Захарченко, О.Р. Шваґер, Н.А. Постова, О.О. Біла, Л.І. Андрусенко, П.Д. Дмітрієв, Д.А. Нікіфоров; за ред. Ю.Г. Козака, І.О. Уханової. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 173 с.
6. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія. за заг. ред. О. Г. Янкового. Одеса: Атлант, 2013. 470 с.
7. Корсікова Н.М. Організаційно-економічний механізм управління інноваційним розвитком підприємства в сучасних умовах. *Економіка харчової промисловості*. 2009. №3, С. 8-11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4614 (дата звернення 16.12.2021).
8. Лоуренс Р.З. Конкурентоспроможність : коротка енциклопедія економіки (1-е вид.) / за ред. Девід Р. Хендерсон. Київ : Бібліотека економіки та свободи, 2002.
9. Позняк С.В. Інновації як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств. *Ефективна економіка*. 2015. № 10. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4614. (дата звернення 29.12.2021).
10. Шевченко І.Ю. Сферична модель формування конкурентоспроможності підприємств автомобілебудування на ринку автомобілів. *Економіка. Фінанси. Право*. 2018. № 4. С. 4–6.
11. Alamalhodaei A. Tesla is building a charging network for its cars. *TechCrunch,* URL: http://surl.li/arvdc (дата звернення 04.12.2021).
12. Bos C. Tesla's New HW3 Self-Driving Computer - It's A Beast. *CleanTehnica,* 2019. URL: http://surl.li/bhkwg (дата звернення 20.01.2022).
13. Elmerraji J. Tesla Is Taking Apple's Ecosystem Model Up a Notch. *The Street,* 2018. URL: https://t1p.de/eayf (дата звернення 23.01.2022).
14. Foley C. F., Hines J.R. and Wessel D. Multinational Corporations in the 21st Century Economy. *Brookings Institution Press*, 2021. Hutchins center on fiscal and monetary policy at brookings, Washington, USA, pp. 4-6.
15. Friedman T. The World Is Flat. Farrar, Straus and Giroux, New-York, USA. 2005.
16. International energy agency. Trends and developments in electric vehicle markets. Global EV Outlook. URL: https://www.iea.org/reports/global-ev-outlook-2021/trends-and-developments-in-electric-vehicle-markets (дата звернення 18.11.2021).
17. Okada A. and Siddharthan N.S. Industrial Clusters in India: Evidence from Automobile Clusters in Chennai and the National Capital Region, 2007. URL: https://ideas.repec.org/p/jet/dpaper/dpaper103.html (дата звернення 17.12.2021).
18. Official Site of Volkswagen Group. Annual Report 2021. URL: https://annualreport2020.volkswagenag.com/ (дата звернення 4.12.2021).

19. Official Site of General Motors. Annual Report 2021. URL: https://investor.gm.com/sec-filings/ (дата звернення 8.12.2021).
20. Official Site of Ford Motor. Annual Report 2021. URL: https://shareholder.ford.com/investors/financials-and-filings/default.aspx (дата звернення 12.12.2021).
21. Official Site of Nissan. Annual Report 2021. URL: https://www.nissan-global.com/EN/IR/FINANCIAL/ (дата звернення 24.12.2021).
22. Official Site of Toyota. Annual Report 2021. URL: https://global.toyota/en/ir/library/annual/ (дата звернення 1412.2021).
23. Official Site of Tesla. Annual Report 2021. URL: https://ir.tesla.com/#tab-quarterly-disclosure (дата звернення 14.09.2021).
24. Porter M. The Competitive Advantage of Nations, *Harvard Business Review,* 1990. URL: http://surl.li/bishb (дата звернення 15.01.2022).
25. Sheth J. N. Global Markets or Global Competition. *Journal of Consumer Marketing*, 1986. pp. 9-11.
26. Tesla: Artificial Intelligence & Autopilot. URL: https://www.tesla.com/AI (дата звернення 15.01.2022).
27. Winkler M. A. Tesla is the Decade's Best-Performing Auto Company. *Bloomberg*, 2019. URL: https://www.bloomberg.com/opinion/articles/2019-12-23/tesla-is-decade-s-best-performing-automaker (дата звернення 23.12.2021).

References.

1. Vance, A. (2015). "Tesla history: how billionaire Elon Musk turned the world car market upside down". *Forbes*, [Online] available at: https://t1p.de/pb21 (Accessed 19 Dec 2021).
2. Drahan, O.I. (2006), *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpryiemstv: teoretychni aspekty* [Management of enterprise competitiveness: theoretical aspects], DAKKKiM. Kyiv, Ukraine.
3. Illiashenko, N. S. (2020), "The mechanism of management of strategies of the advanced scientific and technological innovative development of the industrial enterprise", *Efektyvna ekonomika*, [Online], vol. 2, available at: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7636 (Accessed 5 Feb 2022).
4. Kadyrus, I. H. (2014), "Konkurentospromozhnist' pidpryiemstva ta faktory, scho na nei vplyvaiut" *Efektyvna ekonomika*, vol. 5. pp 24-28. [Online], available at: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3390 (Accessed 05 Jan 2022).
5. Management of international competitiveness: enterprise - region: monograph. Yu.G. Kozak, I.O. Уханова, O.A. Yermakova, OO Sukach, S.V. Lalikov, OV Sulim, DN Бурлаченко, O.B. Zakharchenko, OR Schwager, N.A. Постова, O.O. White, L.I. Andrusenko, P.D. Dmitriev, DA Nikiforov; for ed. Yu.G. Козака, I.O. Ukhanova. 2019. Kyiv.
6. Competitiveness of the enterprise: assessment of the level and directions of improvement: monograph. for the head ed. O.G. Yankov. 2013. Odessa.
7. Korsikova, N. M. (2009), "Organizational and economic mechanism for managing the innovative development of the enterprise in modern conditions" *Ekonomika kharchovoi promyslovosti*, vol. 3. pp 8-11. [Online], available at: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4614 (дата звернення 16.12.2021).
8. Lawrence, R.Z. (2015), Competitiveness: a short encyclopedia of economics (1st ed.) / Ed. David R. Henderson. Kyiv.
9. Pozniak, S.V. (2015), "Innovation as a factor in increasing the competitiveness of enterprises". *Efektyvna ekonomika,* vol. 10. [Online], available at: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4614. (Accessed 29 Dec 2021).
10. Shevchenko, I. Y. (2018), "Spherical model of formation of competitiveness of automobile enterprises in the automobile market", *Ekonomika. Finansy. Pravo*, vol. 4, pp. 4–6.
11. Alamalhodaei, A. Tesla is building a charging network for its cars. *TechCrunch,* [Online], available at: http://surl.li/arvdc (Accessed 04 Dec 2021).
12. Bos, C. (2019), Tesla's New HW3 Self-Driving Computer - It's A Beast. *CleanTehnica*. [Online], available at: http://surl.li/bhkwg (Accessed 20 Jan 2022).
13. Elmerraji, J. (2018), Tesla Is Taking Apple's Ecosystem Model Up a Notch. *The Street*. URL: https://t1p.de/eayf (Accessed 23 Jan2022).
14. Foley, C. F., Hine,s J.R. and Wessel, D. (2021), Multinational Corporations in the 21st Century Economy. *Brookings Institution Press*. Hutchins center on fiscal and monetary policy at brookings, Washington, USA.
15. Friedman, T. (2005), The World Is Flat. Farrar, Straus and Giroux, New-York, USA.
16. International energy agency. Trends and developments in electric vehicle markets. Global EV Outlook. [Online], available at: https://www.iea.org/reports/global-ev-outlook-2021/trends-and-developments-in-electric-vehicle-markets (Accessed 18 Nov 2021).
17. Okada A. and Siddharthan N.S. Industrial Clusters in India: Evidence from Automobile Clusters in Chennai and the National Capital Region, 2007. URL: https://ideas.repec.org/p/jet/dpaper/dpaper103.html (Accessed 17 Dec 2021).
18. Official Site of Volkswagen Group (2021), "Annual Report 2021", available at: https://annualreport2020.volkswagenag.com/ (Accessed 4 Dec 2021).
19. Official Site of General Motors (2021), "Annual Report 2021", available at: https://investor.gm.com/sec-filings/ (Accessed 8 Dec 2021).

20. Official Site of Ford Motor (2021), “Annual Report 2021”, available at: https://shareholder.ford.com/investors/financials-and-filings/default.aspx (Accessed 12 Dec 2021).
21. Official Site of Nissan (2021), “Annual Report 2021”, https://www.nissan-global.com/EN/IR/FINANCIAL/ (Accessed 24 Dec 2021).
22. Official Site of Toyota (2021), “Annual Report 2021”, available at: https://global.toyota/en/ir/library/annual/ (Accessed 14 Dec 2021).
23. Official Site of Tesla (2021), “Annual Report 2021”, available at: https://ir.tesla.com/#tab-quarterly-disclosure (Accessed 14 Sept 2021)
24. Porter, M. (1990), The Competitive Advantage of Nations, *Harvard Business Review,* 1990. available at: http://surl.li/bishb (Accessed 15 Jan 2022).
25. Sheth, J. (1986), Global Markets or Global Competition. *Journal of Consumer Marketing*, pp. 9-11.
26. Tesla, (2022), “Artificial Intelligence & Autopilot”, available at: https://www.tesla.com/AI (Accessed 15 Jan 2022)
27. Winkler, M. A. (2019), “Tesla is the Decade’s Best-Performing Auto Company”, *Bloomberg*, [Online], available at: https://www.bloomberg.com/opinion/articles/2019-12-23/tesla-is-decade-s-best-performing-automaker (Accessed 23 Dec 2021).

Стаття надійшла до редакції 12.02.2022 р.