

УДК 339.9

DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2020-32-3>

Зара А. Є.

*аспірант кафедри міжнародних фінансів
Інституту міжнародних відносин
Київського національного університету імені Тараса Шевченка*

Zara Andrei

*Postgraduate Student at Department International Finance
Institute of International Relations of
Taras Shevchenko National University*

РОЗВИТОК АВТОМОБІЛЕБУДІВНОЇ ІНДУСТРІЇ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ: ОСНОВНІ ЧИННИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Анотація. У статті розглянуто основні тенденції розвитку світової автомобілебудівної галузі та на прикладі трьох основних ринків для такого сектору, а саме Європейського регіону, США та Китаю, продемонстровано характерні аспекти динаміки автомобільного виробництва під час пандемії коронавірусної пневмонії COVID-19. Хронологічно проаналізовано показники автомобільних продажів за географічною ознакою в рамках епідемічного поширення та відповідних регуляторних заходів. Продемонстровано ключові напрями зміни факторів пропозиції та попиту внаслідок нових умов господарської діяльності, а також окреслено ймовірні перспективи розвитку автомобільної індустрії як прикладу багатонаціональної галузі в умовах протидії погіршенню епідеміологічної ситуації та відповідної трансформації споживчих настроїв.

Ключові слова: автомобільна промисловість, автомобілебудівні концерни, багатонаціональні підприємства, БНК, багатонаціональна галузь, криза, шок, пандемія, COVID-19.

Вступ та постановка проблеми. Пандемія вірусної пневмонії COVID-19 постала унікальним та безпрецедентним явищем глобального поступу, адже за невеликий в історичній ретроспективі час внесла суттєві корективи в більшість людських процесів усіх рівнів та напрямів на планеті. Галузі на мікро-, макро- та мегарівнях зазнали впливу нового режиму своєї діяльності та були змушені починати переосмислювати етапи виробництва й збуту товарів та послуг з огляду на нові умови розвитку людства. Вплив пандемії умовно можна охарактеризувати у двох напрямках. По-перше, режим карантину, або локдауну (lockdown), безпосередньо та фактично зупинив процес виробництва товарів та послуг, які не належали

до групи надзвичайної необхідності та практично зупинив рух таких товарів, послуг і робочої сили. За ступенем поширення планетою вірусної пневмонії такий режим початкової хвилі тривав перші два квартали 2020 року та ознаменувався тимчасовою зупинкою економічної та соціальної активності або переведення такої за можливості в дистанційний режим задля утримання населення в самоізоляції, що, безумовно, стало поштовхом до падіння світового фондового ринку та закладення передумов нової глобальної фінансової кризи. По-друге, вищезазначений режим був запроваджений задля розтягнення так званої епідеміологічної кривої захворюваності, яка б у своєму більш пологому вигляді зменшувала потенцій-

ний локальний тиск на медичні системи держав, тому постає очевидним, що вірус через таку форму протидії не зникне як екзогенний фактор економічної діяльності, отже, ділова спільнота змушена не просто перекатати зупинку діяльності, а формувати нові підходи до ведення бізнесу з огляду на зміну попиту, умови пропозиції та фінансову кон'юнктуру. У такій ситуації автомобільна промисловість внаслідок багатонаціонального характеру організації, складних та широких ланцюжків постачання, глобального маркетингу, активних процесів корпоративної взаємодії та консолідації є вдалим прикладом для дослідження в контексті реагування на одне з найбільших економічних та соціальних потрясінь у новітній історії людства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній літературі під час аналізу специфіки утворення та розвитку багатонаціональних підприємств на фундаментальному та галузевому рівнях розглядаються роботи таких науковців, як А.С. Васильєв, О.В. Охріменко, О.І. Рогач, Н.В. Соловей, В.М. Фурман, Н.А. Шувалова, Г.С. Ямненко, О. Броссард, М. Гранд, Т.К. Дас, Д. Елмутті, Ю. Катавала, І. Ламмі, А. Пеллічеллі, Е. Тодева. Дослідниками наголошується на тому, що глобалізація усіх сфер економічного життя суспільства надає особливого статусу діяльності багатонаціональних компаній як маркером світового економічного розвитку. Водночас аспекти функціонування та оцінювання успішності, притаманні одному з ключових багатонаціональних світових ринків, а саме автомобілебудівному, у зазначених умовах пандемії вірусної пневмонії закономірно вирізняються мінливістю, а з огляду на суттєву важливість у глобальному виробництві такої галузі та її можливість відображення глобальних ділових тенденцій потребують подальшого дослідження.

Метою роботи є визначення основних напрямів реагування багатонаціональної галузі автомобільного будування на шоківі події внаслідок пандемії вірусної пневмонії в контексті безпосереднього перебування та подальшого виходу з карантинних обмежень головних ринків; оцінювання перспектив розвитку в умовах зміни споживчих уподобань у рамках формування нової клієнтської бази внаслідок очікуваної зміни укладу економічної та соціальної діяльності споживачів.

Результати дослідження. Світові фінансові та економічні кризи закономірно приносять масштабну деста-

білізацію у галузь автомобільного виробництва, водночас реакція головних ринків для такого сектору, а саме Європейського регіону (ЄС + ЄАВТ), США та Китаю, що становлять близько 67% (рис. 1), у кожному випадку має свою специфіку (рис. 2).

Продажі нових автомобілів усіх типів (пасажирські авто + комерційний транспорт) у Європейському регіоні з 2007–2008 років, досягнувши мінімального рівня у 2013 році, так і не вийшли на пікові докризові значення у 18,9 млн., а за 2016–2019 роки стабілізувались на плато з легкою висхідною динамікою, яка прямувала до 18,5 млн. Ринок Північноамериканського регіону, переважно завдяки лояльному до такого виду продукції та ємного ринку Сполучених Штатів, продемонстрував краще відновлення та вийшов на докризові показники у 2013–2014 роках, після яких зростання стабілізувалось у 2015–2019 роках з деяким послабленням позицій в останньому звітному періоді.

Експансивний розвиток Китаю яскраво вбачається у зростанні доходів населення й господарств та відповідного національного попиту на автомобілі особистого та комерційного вжитку, адже відбувається стабільне зростання у 2007–2016 роках, після якого спостерігається корекція з деякою спадною динамікою, що в більш стрімкому вигляді повторює тенденцію американського варіанта. Реалізація автомобілів в інших регіонах світу відзначилась післякризовим зростанням вже у 2010 році та демонструвала жваві темпи до 2013 року, після якого динаміка змінила напрям та слідом за флагманськими ринками вийшла на плато з 2016 року зі зниженням у 2019 році (рис. 3).

Таким чином, можна зазначити, що три головних ринки автомобільних продажів продемонстрували різну динаміку розвитку у післякризовому періоді, хоча стабілізація показників у 2016–2019 роках з деяким зниженням в останньому звітному році є більш поширеною ситуацією для всього ринку. Зазначена загальна тенденція може бути пояснена тим, що, попри зростання чисельності населення планети, ємність глобального ринку нині є обмеженою через тривіальну насиченість разом з ущільненням олігопольного конкурентного середовища та посиленням екологічних настроїв у національних регуляторів, риторика та політика яких спрямовані на електрифікацію та гібридизацію як особистого, так і комерційного тран-

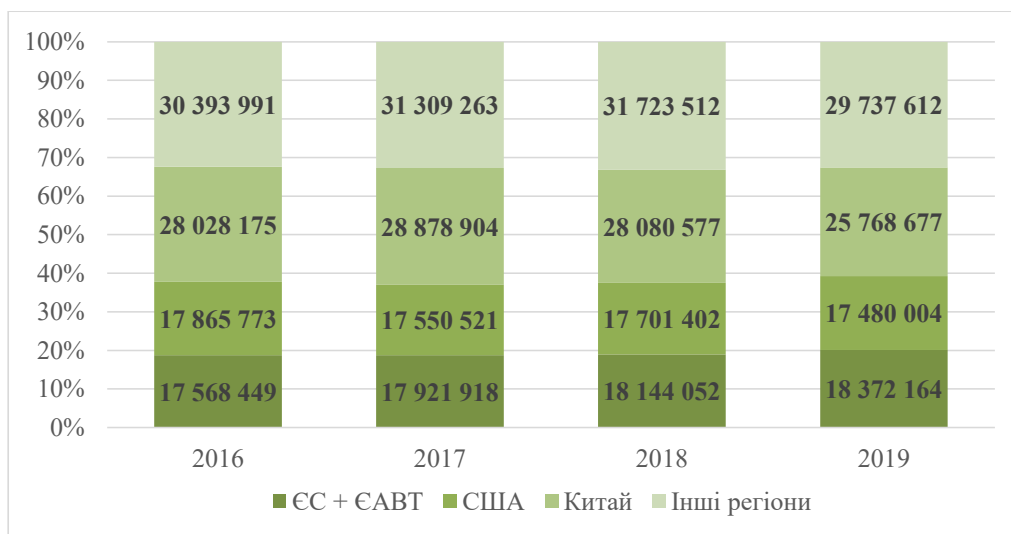


Рис. 1. Географічний розподіл ринку автомобільних продажів у 2016–2019 роках

Джерело: складено автором за даними джерела [1]

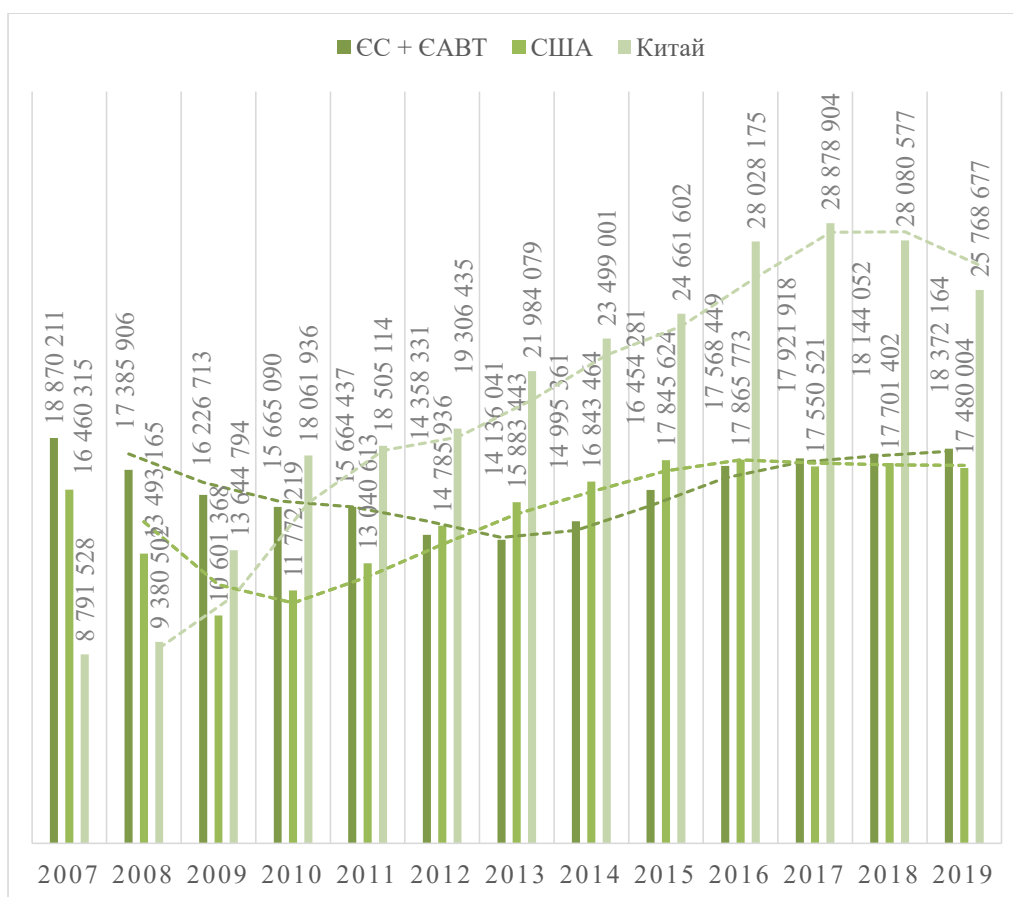


Рис. 2. Продажі нових авто (пасажирські + комерційні) на ринках ЄС + ЄАВТ, США, Китаю та інших регіонів у 2007–2019 роках

Джерело: складено автором за даними джерела [1]

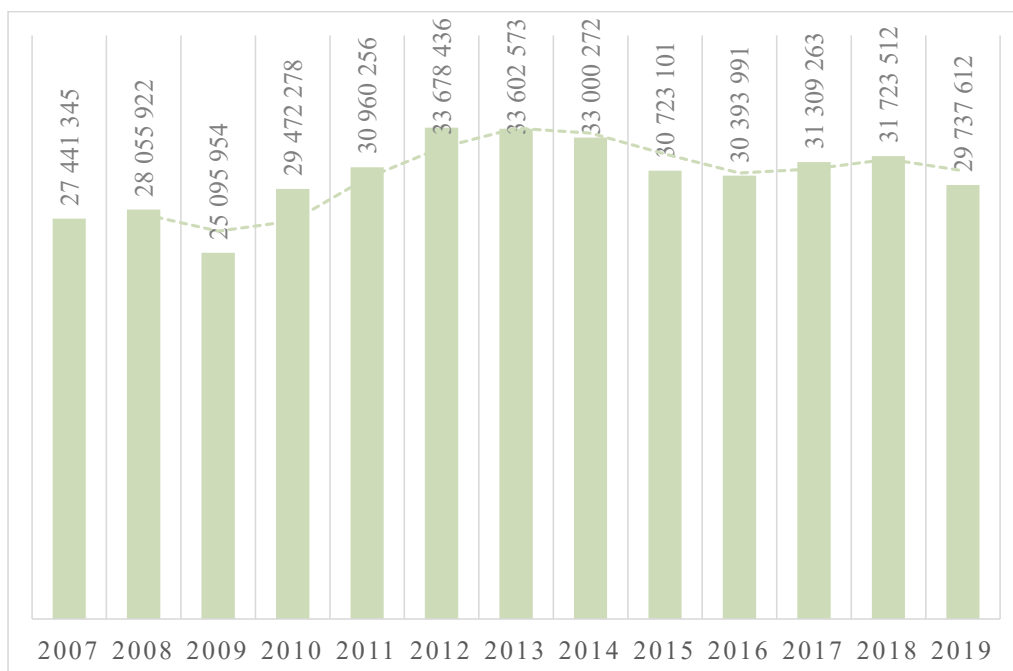


Рис. 3. Продажі нових авто (пасажирські + комерційні) на ринках інших регіонів (окрім ЄС + ЄАВТ, США, Китаю) у 2007–2019 роках

Джерело: складено автором за даними джерела [1]

спорту через розроблення та впровадження паливо-ефективних технологій та нових стандартів зниження викидів.

Каталізатором такого регуляторного руху став «Дизельгейт» – скандал 2015 року, який виник після викриття факту довголітньої підробки автоконцерном «Volkswagen» даних про кількість автомобільних відпрацьованих викидів до атмосфери через спеціальне програмне забезпечення, встановлене близько в 11 млн. проданих дизельних авто. Окрім мільярдних штрафів та репутаційної втрати, головними наслідками скандалу стали посилення екологічного контролю та відповідне переорієнтування ринку на «зелену» автомобільну промисловість.

У такому стані галузь увійшла до 2020 року у складі глобальної економічної системи та зіткнулася з унікальними перепонами. 31 грудня 2019 року Китай повідомив Всесвітню організацію охорони здоров'я (ВООЗ) про 40 випадків респіраторних інфекцій невідомого штаму вірусу у місті Вухань з населенням близько 11 млн. осіб. 7 січня 2020 року китайські вірусологи підтвердили виокремлення нового штаму коронавірусу – SARS-CoV-2, який був подібним до знаних, проте раніше не зафіксований лабораторно. 11 січня КНР повідомляє про першу смерть від ускладнень, викликаних на фоні вірусної пневмонії, а 13 січня – про перші випадки зараження поза межами Китаю: у Таїланді та згодом у Японії. 20 січня Китай визнає передачу вірусу від людини до людини, а 23 січня вдається до безпрецедентних заходів, а саме вводить карантин у мегаполісі Вухань. Згодом влада вживає аналогічних заходів з іншими населеними пунктами, переводячи в особливий режим ізоляції близько 36 млн. людей. За межами КНР зростає кількість підтверджених випадків зараження, зокрема в Південній Кореї, США, Гонконзі, Сінгапурі, Малайзії та Тайвані. 24 січня Франція підтверджує перші три випадки зараження, кілька годин Австралія приєднується до зони поширення інфекції, а 27 січня Німеччина підтверджує перший випадок зараження. 31 січня 2020 року у двох китайських туристів, які прибули до Риму, було підтверджено зараження вірусом SARS-CoV-2, а вже в кінці лютого Італія вийшла на друге місце у світі після Китаю за кількістю заражень. 11 березня ВООЗ кваліфікувала поширення вірусної пневмонії COVID-19 як пандемію [3; 16]. Європа, а згодом і США стають новими епіцентрами захворюваності у світі, провідні промислові країни регіону починають запроваджувати режим карантину, або локдауну, за якого населенню дозволяється виходити з помешкань лише за нагальної потреби. Пізніше інші регіони світу підтримують аналогічну форму обмежень з варіаціями, проте режим самоізоляції залишається ключовим аспектом у більшості випадків.

Безумовно, економічна активність за всіх інших рівних умов не передбачає перерв, адже побудова циклічної системи та регулярне надходження грошових потоків є ключовими в операційному виробничому процесі. Очевидно, автомобільна промисловість, яка уособлює капіталомістку та надзвичайно широку з точки зору ланцюжків постачання галузь, опинилась у край негативною становищі. Насамперед виробництво позбавили головного – людської робочої сили, яка, попри часткову автономність конвеєрної схеми виробництва, нині становить неодмінний фактор виробництва на всіх його етапах: від розроблення до тестування та продажів готової продукції. Шоурми та дилерські мережі припинили на деякий час свою роботу, адже вся маркетингова стратегія була налаштована на фізичне відвідування клієнтів та подальше оформлення транспорту. Одночасне відтермінування

попиту та пропозиції не скасувало постійних витрат, які стали серйозним тягарем для всієї економічної системи загалом та автомобільного виробництва зокрема.

Таким чином, епідеміологічна ситуація закономірним чином відбилась на продажі автомобілів по всьому світі загалом і та на трьох головних ринках зокрема (рис. 4).

Попит на нові пасажирські авто на ринку ЄС + ЄАВТ в період із січня по червень 2020 року зменшився на рекордні для такої категорії товарів 38,1% з безпрецедентними показниками у квітні, коли продажі склали лише близько 26% від загальної кількості січневих реєстрацій нових авто. Так, за перше півріччя 2020 року продажі автомобілів зменшились на 50,9% в Іспанії, на 46,1% в Італії та на 38,6% у Франції, що були своєрідними рекордсменами за кількістю виявлених заражених та відповідним рівнем жорсткості карантинних заходів. Скорочення німецького ринку позначилось менш суттєвим спадом, де кількість реєстрацій нових засобів пасажирського транспорту знизилась на 34,5% за перші шість місяців 2020 року, проте залишилась рекордною для автомобільного ринку ФРН [13]. Послаблення обмежувальних ізоляційних заходів позначило можливість задоволення відкладеного попиту, що можна прослідкувати через стрімку висхідну динаміку у травні та червні. Проте Європейська асоціація виробників автомобілів (АСЕА) кардинально переглянула прогноз на 2020 рік щодо реєстрації нових легкових автомобілів до приблизно -25% у контексті економічної кризи, з якою стикається автомобільна промисловість через COVID-19. У січні 2020 року АСЕА прогнозувала лише помірне скорочення продажів на рівні 2% за підсумком усього 2020 року як продовження зазначеної спадної тенденції 2019 року. Таким чином, галузева асоціація очікує, що продажі автомобілів у Європейському Союзі та ЄАВТ впадуть більш ніж на 5,5 млн., а саме з 18,8 млн. одиниць у 2019 році до близько 13,4 млн. у 2020 році [2].

Активність автомобільних продажів на американському ринку першої половини 2020 року ознаменувала продовження тенденції зниження 2019 року: за перші 6 місяців 2020 року було зареєстровано 1,576 млн. автомобілів, що на 36,7%, або 914 тисяч, менше за аналогічний період 2019 року [14]. До того ж, окрім «пандемічного» квітневого зниження аналогічно європейському ринку, в'ялість реалізації пасажирських авто мала місце у кожному звітному місяці порівняно з торішнім аналогічним періодом.

Очікується, що у 2020 році зниження автомобільних продажів буде виражено у 19%, а загальна реалізація складе близько 14 млн. [5]. США разом з Китаєм та Західною і Південною Європою як діловими та культурними центрами планети набули статусу одних з основних епідеміологічних центрів поширення коронавірусної інфекції. За даними Міністерства праці США, станом на травень 2020 року близько 20 млн. американців є формально тимчасово безробітними, що, безумовно, впливатиме на попит на автомобільну продукцію [5].

Окрім того, одними з ключових споживачів автомобілів як на ринку США, так і на ринку Європи (близько 15–20% продажів) є компанії з оренди автомобілів, такі як «Hertz» з головним для себе ринком у США та «Europcar», що має головний ринок у Європі. «Hertz» з кредиторською заборгованістю у 19 млрд. дол. США не змогла витримати зупинки операційної діяльності під час карантинних заходів та 23 травня 2020 року заявила про банкрутство у США та Канаді, де автопарк налічував близько 700 000 автомобілів, які до того циклічно оновлювались [10]. У кінці червня 2020 року німецький автоконцерн «Volkswagen AG» висловив намір поглинути «Europcar», яка має рин-

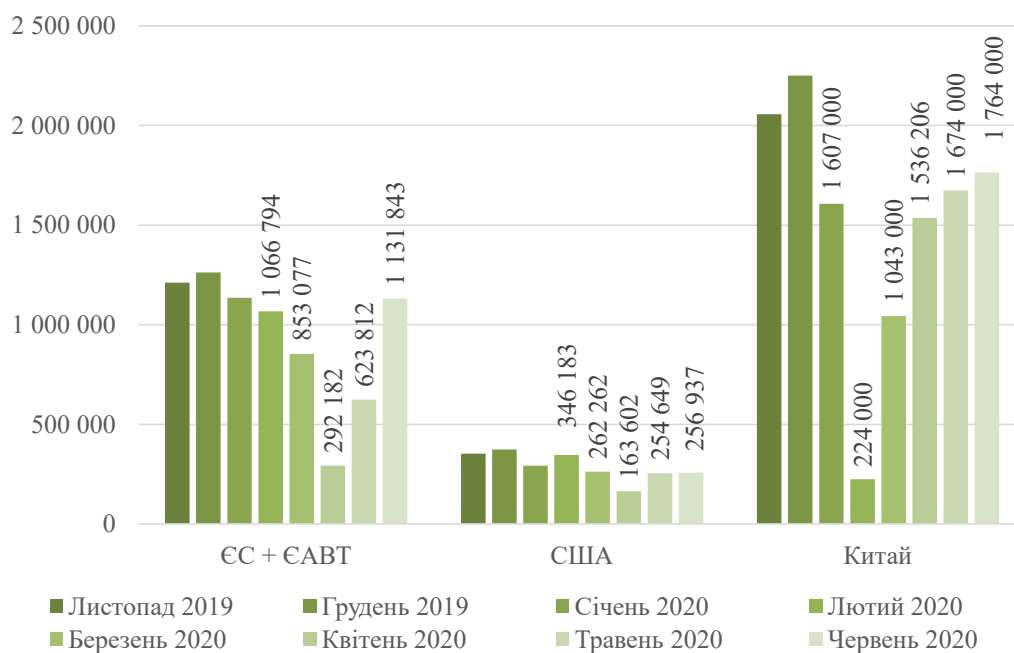


Рис. 4. Продажі нових пасажирських авто на ринках ЄС + ЄАВТ, США та Китаю (листопад 2019 року – червень 2020 року)

Джерело: складено автором за даними джерел [4; 12; 13; 14]

кову капіталізацію 420 млн. євро і чистий борг понад 1 млрд. євро із висхідною тенденцією в умовах пандемічної кризи. Варто відзначити, що “Volkswagen” у 2006 році продав “Europcar” інвестиційній компанії “Eurazeo” приблизно за 1,26 млрд. євро, отже, німецький виробник планує відкупити основного європейського оператора з оренди автомобілів зі значним дисконтом задля диверсифікації бізнесу та забезпечення гарантованого збуту своїх автомобілів в умовах скорочення роздрібного ринку [15].

Оскільки Китай вважається початковим епіцентром пандемії нового штаму вірусу, карантинні обмежувальні заходи, як було зазначено вище, були започатковані саме в цій країні, що дало регуляторним органам відходити від такої ізоляції також раніше. Така ситуація прослідковується на динаміці продажів нових пасажирських авто, найнижчий рівень яких мав місце у лютому 2020 року, отже, продемонстрував падіння у 7 разів порівняно із січневим показником. Проте за аналогією з кризовим становищем 2008 року вже у наступному звітному періоді, а саме березні 2020 року, відбувся розворот динаміки у бік стрімкого зростання з травневим показником у 1,63 та 1,764 млн. автомобілів у червні, що на 5,5% та 1,8% більше продажів травня та червня 2019 року відповідно. Очевидно, це також відзначає закінчення першої хвилі коронавірусної кризи, хоча чинний показник на ринку китайських пасажирських автомобілів за перші два квартали становить 7,85 млн, що на 22,4% менше за перші шість місяців 2019 року, що, безумовно, відіб'ється на річних показниках [7].

Як було зазначено вище, вплив пандемії варто охарактеризувати у двох напрямках: по-перше, ситуація та її наслідки під час фактичної зупинки операційної діяльності, а саме виробництва та споживання; по-друге, формування нових концептів введення бізнесу в умовах епідеміологічних ризиків та сформованих під час локдауну практик. У другому напрямі аналізу «коронавірусної кризи» можна прослідкувати такі аспекти.

1) Нові умови безпосередньої роботи автовиробних заводів набудуть статусу правил на не визначений після зняття ізоляційних обмежень час. Більшість автовиробників вводить скорочення змін задля збільшення часу для санітарної обробки робочих місць; прибуття, відбуття та пересування працівників на робоче місце буде піддаватися особливому моніторингу. Заводи “Ford”, “General Motors” та “Fiat Chrysler Automobiles” (FCA) вводять щоденні спеціальні опитувальники та контрольну перевірку температури працівників перед початком зміни. Окрім того, до робочої уніформи додаються окуляри, маски та рукавиці. Встановлюються тепловізійні датчики у прохідних приміщеннях для контролю температури тіл працівників під час робочого дня тощо [6]. Безумовно, будь-які додаткові заходи будуть означити видатки для роботодавців, більш активну співпрацю з професійними союзами та збільшення бюджетів страхових внесків. Такі чинники та повільне відновлення ланцюжків постачання є умовами стану пропозиції, які у довгостроковій перспективі впливатимуть на ціну кінцевої продукції.

2) Умови попиту є другим аспектом напряму аналізу кризи. Режим ізоляції, як було зазначено вище, перевів деякий пласт робочої сили на дистанційний режим, який досягнути за інших умов було б набагато важче з огляду на напрацьовані роками способи корпоративної взаємодії. Можна припустити, що після спалаху вірусної пневмонії деяка частина працівників продовжить працювати на віддаленому режимі, що може означати зменшення попиту на автомобільну продукцію. До того ж закономірно, що частина відкладеного попиту перенесеться на невизначений строк через лаги у доходах ймовірних покупців автомобілів. З іншого боку, транспортна галузь, яка тісно перекликається з туристичною, внаслідок специфіки скупчення людей на певний час у закритому просторі автобусу, поїзду, літаку тощо, також може очікувати відтік пасажирів в бік особистого транспорту, основним вираженням якого є автомобіль. Таким чином, зменшення попиту з

одного боку зможе певною мірою компенсуватись збільшенням з боку іншої категорії споживачів. Вкрай важливим фактором, безумовно, є прихід ймовірних наступних хвиль захворюваності, які можуть змусити повернутись до нових обмежувальних заходів, які аж ніяк не сприяють розвитку економічної та споживчої активності.

Варто зазначити, що світова галузь автомобільного будівництва водночас є прикладом індустрії зі вкрай великим поширенням коопераційних та партнерських моделей взаємодії різного ступеня зближення як горизонтального, так і вертикального характеру організації. Вищезазначене посилення екологічних стандартів до індустрії, значні видатки на розроблення, виробництво та виведення на ринок нових моделей стимулює автомобільні концерни активно розробляти стратегії створення нових коопераційних та партнерських формувань: від широкіх (стратегічний франко-японський альянс “Renault – Nissan – Mitsubishi”), формування спільного підприємства з боку концернів італо-американського “Fiat Chrysler Automobiles” та французького “Peugeot Société Anonyme”) до проєктних (“VW” і “Ford” у сфері спільного виробництва електромобілів [9], “BMW” та “Daimler” у розробленні безпілотної технології [8], “BMW” та “Jaguar Land Rover” у розробках наступного покоління систем електрифікації [11] тощо). Можна зазначити, що завдяки таким партнерським об’єднанням ринок автомобільного виробництва поетапно переходить до форми олігополії, у якій п’ять автомобілебудівних об’єднань будуть виробляти $\frac{3}{4}$ щорічного обсягу автомобілів. Така централізація розроблення, виробництва та збуту продукції може відзначатись як особливо доречна під час післяшокового відновлення, оскільки широке географічне покриття, опорування одночасно низкою автомобільних брендів різних класів та цінової категорії, а також акумуляція ресурсів в контексті опрацювання витратних технологій гібридизації, електрифікації та інших витрат, спрямованих на паливну ефективність, набувають особливого значення в умовах крайньої потреби стимулювання продажів та оперативного налаштування пропозиції під нові фактори попиту.

Висновки. Автомобільна промисловість є одним з яскравих прикладів світових галузей з точки зору багатонаціонального виробництва та споживання. На прикладі трьох основних комплексних ринків, а саме Європейського регіону, США та Китаю, на які разом припадає

близько 67% всіх автомобільних продажів у світі, продемонстроване зіткнення такої технологічно- та капіталомісткої галузі з кризовою економічною ситуацією, яка вирізняється унікальними для сучасного попиту чинниками та проявами на ділову активність. Аналіз динаміки автомобільних продажів у світі з 2007 року у географічному розрізі основних ринків збуту закономірно виявив спадну реакцію автомобільної індустрії на шокову ситуацію фінансової кризи 2008–2009 років, виокремив періоди відновлення для кожного ринку та продемонстрував загальну для всіх учасників помірну корекцію показників з 2016 року зі спадним характером у 2019 році, що, ймовірно, внаслідок описаних негативних факторів продовжиться та поглибитись у 2020 році. Епідемія нового штаму коронавірусу (SARS-CoV-2) та відповідні проти-епідеміологічні заходи у вигляді ізоляційного локдауну спричинили у перших двох кварталах 2020 року економічну кризу як попиту, так і пропозиції, що яскраво прослідковується в динаміці продажів автомобілів. Окрім того, зняття таких заходів чітко виражається у процесі задоволення відкладеного попиту та хронологічно зображується через висхідну динаміку продажів. Перспективи розвитку автомобільного виробництва та динаміка продажів тісно пов’язані з розвитком протидії поширенню вірусу та вжиттям відповідних регуляторних заходів, а також споживчих звичок у рамках формування нової клієнтської бази внаслідок зміни укладу економічної та соціальної діяльності споживачів, що може водночас зменшити та збільшити попит завдяки різноспрямованим тенденціям зниження доходів населення й господарства, а також переосмислення транспортного аспекту. Водночас рисою галузі автомобільного виробництва є процеси консолідації та об’єднання зусиль через різні інструменти корпоративної взаємодії, що може набути ролі додаткового позитивного каталізатору під час відновлення та продемонструвати практичний приклад багатонаціональним галузям світової економіки. Оскільки світова автомобілебудівна галузь є одним з локомотивів багатонаціональної зайнятості та генерування національного доходу як для провідних розвинутих країн, так і для країн, що розвиваються, її розвиток та процес модифікації умов середовища введення її діяльності, особливо в умовах екстремальної мінливості внаслідок безпрецедентного впливу пандемічних екзогенних факторів, потребують особливої та своєчасної наукової уваги.

Список використаних джерел:

1. 2005–2019 Sales Statistics. *International Organization of Motor Vehicle Manufacturers*. URL: <http://www.oica.net/category/sales-statistics> (дата звернення: 25.07.2020).
2. 2020 (Forecast) Europe: EU Car Sales Prediction. *Car Sales Statistics*. URL: <https://www.best-selling-cars.com/europe/2020-forecast-europe-eu-car-sales-prediction> (дата звернення: 25.07.2020).
3. Бурак К. Коронавірус: хронологія поширення небезпечного захворювання. *Deutsche Welle*. 2020. URL: <https://p.dw.com/p/3X519> (дата звернення: 25.07.2020).
4. Automotives Statistics. *China association of Automobile Manufacturers*. URL: http://www.caam.org.cn/chn/21/cate_463/list_1.html (дата звернення: 25.07.2020).
5. Boudette N.E. As Sales Rise, Automakers Ramp Up Production. *The New York Times*. 2020. URL: <https://www.nytimes.com/2020/06/24/business/auto-industry-coronavirus-recovery.html> (дата звернення: 25.07.2020).
6. Boudette N.E. Autoworkers Are Returning as Carmakers Gradually Crank Up Factories. *The New York Times*. 2020. URL: <https://www.nytimes.com/2020/05/17/business/coronavirus-auto-manufacturing-restart.html?action=click&module=RelatedLinks&pgtype=Article> (дата звернення: 25.07.2020).
7. China car sales analysis May 2020. *Carsalesbase*. URL: <https://carsalesbase.com/china-car-sales-analysis-may-2020> (дата звернення: 26.07.2020).
8. Daimler AG and BMW Group launch cooperation for automated driving. *Mercedes-Benz*. URL: <https://www.mercedes-benz.com/en/innovation/daimler-ag-and-bmw-group-launch-cooperation-for-automated-driving> (дата звернення: 26.07.2020).
9. Ford, Volkswagen sign agreements for joint projects on commercial vehicles, EVs, autonomous driving. *Ford Media Center*. URL: <https://media.ford.com/content/fordmedia/fna/us/en/news/2020/06/10/ford-volkswagen-sign-agreements-for-joint-projects.html> (дата звернення: 26.07.2020).

10. Hertz объявила о банкротстве в США и Канаде. *Euronews*. URL: <https://ru.euronews.com/2020/05/23/failure-of-hertz-in-usa-and-canada> (дата звернення: 26.07.2020).
11. Jaguar Land Rover & BMW group announce collaboration for next generation electrification technology. *JaguarLandRover Media*. URL: <https://media.jaguarlandrover.com/news/2019/06/jaguar-land-rover-bmw-group-announce-collaboration-next-generation-electrification> (дата звернення: 26.07.2020).
12. Monthly automobile sales in China 2019–2020. *Statista*. URL: <https://www.statista.com/statistics/276899/automobile-sales-in-china-by-month> (дата звернення: 26.07.2020).
13. Passenger car registrations. *European Automobile Manufacturers Association*. URL: <https://www.acea.be/press-releases/article/passenger-car-registrations-41.5-five-months-into-2020-52.3-in-may> (дата звернення: 26.07.2020).
14. US New motor vehicle registrations. *Country economy*. URL: <https://countryeconomy.com/business/car-registrations/usa#:~:text=Drop%20in%20number%20of%20Americans,less%20than%20the%20year%20before> (дата звернення: 26.07.2020).
15. Volkswagen explores acquisition of car rental group Europcar. *Reuters*. URL: <https://ca.reuters.com/article/businessNews/idCAKBN23U3EP> (дата звернення: 26.07.2020).
16. WHO Timeline – COVID-19. *World Health Organization*. URL: <https://www.who.int/news-room/detail/27-04-2020-who-timeline---covid-19> (дата звернення: 26.07.2020).

References:

1. 2005–2019 Sales Statistics. *International Organization of Motor Vehicle Manufacturers*. Available at: <http://www.oica.net/category/sales-statistics> (accessed 25 July 2020).
2. 2020 (Forecast) Europe: EU Car Sales Prediction. *Car Sales Statistics*. 2020. Available at: <https://www.best-selling-cars.com/europe/2020-forecast-europe-eu-car-sales-prediction> (accessed 25 July 2020).
3. Burak K. (2020) Koronavirus: khronolohiia poshyrennia nebezpechnoho zakhvoriuvannia [Coronavirus: chronology of the spread of a dangerous disease]. *Deutsche Welle*. Available at: <https://p.dw.com/p/3X519> (accessed 25 July 2020).
4. Automotives Statistics. *China association of Automobile Manufacturers*. Available at: http://www.caam.org.cn/chn/21/cate_463/list_1.html (accessed 25 July 2020).
5. Boudette N.E. (2020) As Sales Rise, Automakers Ramp Up Production. *The New York Times*. Available at: <https://www.nytimes.com/2020/06/24/business/auto-industry-coronavirus-recovery.html> (accessed 25 July 2020).
6. Boudette N.E. (2020) Autoworkers Are Returning as Carmakers Gradually Crank Up Factories. *The New York Times*. Available at: <https://www.nytimes.com/2020/05/17/business/coronavirus-auto-manufacturing-restart.html?action=click&module=RelatedLinks&pgtype=Article> (accessed 25 July 2020).
7. China car sales analysis May 2020. *Carsalesbase*. Available at: <https://carsalesbase.com/china-car-sales-analysis-may-2020> (accessed 26 July 2020).
8. Daimler AG and BMW Group launch cooperation for automated driving. *Mercedes-Benz*. Available at: <https://www.mercedes-benz.com/en/innovation/daimler-ag-and-bmw-group-launch-cooperation-for-automated-driving> (accessed 26 July 2020).
9. Ford, Volkswagen sign agreements for joint projects on commercial vehicles, EVS, autonomous driving. *Ford Media Center*. Available at: <https://media.ford.com/content/fordmedia/fna/us/en/news/2020/06/10/ford-volkswagen-sign-agreements-for-joint-projects.html> (accessed 26 July 2020).
10. Hertz ob'yavila o bankrotstve v SShA i Kanade [Hertz declares bankruptcy in US and Canada] *Euronews*. Available at: <https://ru.euronews.com/2020/05/23/failure-of-hertz-in-usa-and-canada> (accessed 26 July 2020).
11. Jaguar Land Rover & BMW group announce collaboration for next generation electrification technology. *JaguarLandRover Media*. Available at: <https://media.jaguarlandrover.com/news/2019/06/jaguar-land-rover-bmw-group-announce-collaboration-next-generation-electrification> (accessed 26 July 2020).
12. Monthly automobile sales in China 2019–2020. *Statista*. Available at: <https://www.statista.com/statistics/276899/automobile-sales-in-china-by-month> (accessed 26 July 2020).
13. Passenger car registrations. *European Automobile Manufacturers Association*. Available at: <https://www.acea.be/press-releases/article/passenger-car-registrations-41.5-five-months-into-2020-52.3-in-may> (accessed 26 July 2020).
14. US New motor vehicle registrations. *Country economy*. Available at: <https://countryeconomy.com/business/car-registrations/usa#:~:text=Drop%20in%20number%20of%20Americans,less%20than%20the%20year%20before> (accessed 26 July 2020).
15. Volkswagen explores acquisition of car rental group Europcar. *Reuters*. Available at: <https://ca.reuters.com/article/businessNews/idCAKBN23U3EP> (accessed 26 July 2020).
16. WHO Timeline – COVID-19. *World Health Organization*. Available at: <https://www.who.int/news-room/detail/27-04-2020-who-timeline---covid-19> (accessed 26 July 2020).

РАЗВИТИЕ АВТОМОБИЛЕСТРОИТЕЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ: ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Аннотация. В статье рассмотрены основные тенденции развития мировой автомобилестроительной отрасли и на примере трех основных рынков для такого сектора, а именно Европейского региона, США и Китая, продемонстрированы характерные аспекты динамики автомобильного производства во время пандемии коронавирусной пневмонии COVID-19. Хронологически проанализированы показатели автомобильных продаж по географическому признаку в рамках эпидемиологического распространения и соответствующих регуляторных мер. Продемонстрированы ключевые направления изменения факторов предложения и спроса вследствие новых условий хозяйственной деятельности, а также очерчены возможные перспективы развития автомобильной индустрии как примера многонациональной отрасли в условиях противодействия ухудшению эпидемиологической ситуации и соответствующей трансформации потребительских настроений.

Ключевые слова: автомобильная промышленность, автомобилестроительные концерны, многонациональные предприятия, МНК, многонациональная отрасль, кризис, шок, пандемия, COVID-19.

AUTOMOTIVE INDUSTRY DEVELOPMENT IN THE CONDITIONS OF THE PANDEMIC: KEY FACTORS AND PROSPECTS

Summary. The article studies the main development trends of the global automotive industry and demonstrates the characteristic aspects of the dynamics of automotive production during the COVID-19 coronavirus pneumonia pandemic as a unique and unprecedented phenomenon of world economic development. The geographical distribution of sales in the global automotive market is demonstrated in retrospect and, using the example of key regions for such sector – the European Region, the USA and China – the trend of the automotive industry recovery after the global financial crisis of 2008–2009 is shown as a basis for countering the new economic shock due to the 2020 coronavirus pandemic. Thus, the geography-specific indicators of automobile sales are chronologically analyzed within the framework of the epidemic spread and the corresponding regulatory measures of the first two quarters of 2020. Aspects of response to pandemic restrictions, specific for the main markets, are given and point comparisons are shown in the context of the pace of recovery in car sales and regional characteristics, which were reflected in the dynamics of the revival of the car market in the first half of 2020 as an intermediate result of the adverse economic conjuncture associated with the pandemic. The key directions of changes in supply and demand factors due to the new conditions of economic activity are demonstrated, namely, the direct lockdown regime, in which activity in the automotive transport market was stopped, as well as the further formation of new approaches to doing business. Thus, the article clarifies aspects of a possible transformation of business processes, including additional measures for the direct operation of auto-manufacturing plants on the one hand, as well as a decrease in household income, which is combined with a change in transport habits, on the other hand. Thus, the possible prospects for the development of the automotive industry as an example of a multinational sector in the context of countering the deterioration of the epidemiological situation and the corresponding transformation of consumer sentiment are outlined.

Key words: automotive industry, automotive concerns, multinational enterprises, MNE, multinational industry, crisis, shock, pandemic, COVID-19.