

## МІЖРЕГІОНАЛЬНА ДИФЕРЕНЦІАЦІЯ РОЗВИТКУ РИНКУ ЛЕГКОВИХ АВТОМОБІЛІВ В УКРАЇНІ

*Хорова М.О.*

*Науковий керівник: Шевченко І.Ю., д.е.н., доцент  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Як і будь-яка значна за територією країна, Україна традиційно характеризується суттєвою міжрегіональною диференціацією соціально-економічного розвитку. Цей аспект є обов'язковим для врахування підприємцями при організації торгівельної діяльності. Не є винятком і автодилерська діяльність.

Метою дослідження є оцінювання міжрегіональної диференціації розвитку ринку легкових автомобілів в Україні.

У 2019 році лідерами ринку легкових автомобілів в Україні стали такі бренди як Renault (продано 14603 легковиків цього бренду), Toyota (продано 12570 легковиків цього бренду), Kia (продано 7586 легковиків цього бренду), Skoda (продано 6231 легковиків цього бренду), Nissan (продано 5333 легковиків цього бренду), Hyundai (продано 5099 легковиків цього бренду), Volkswagen (продано 4675 легковиків цього бренду), Suzuki (продано 2614 легковиків цього бренду), Mazda (продано 2483 легковиків цього бренду), Peugeot (продано 2366 легковиків цього бренду) [1].

Дослідимо міжрегіональну диференціацію розвитку ринку легкових автомобілів в Україні в період 2014-2018 рр. за вказаними брендами легковиків. Для цього розрахуємо коефіцієнти варіації обсягу проданих легковиків вказаних брендів за регіонами України в обраний період (табл. 1).

**Таблиця 1 – Міжрегіональна диференціація розвитку ринку легкових автомобілів в Україні (за топ-брендами легковиків) в період 2014-2018 рр.\***

Бренди легковиків	Значення коефіцієнтів варіації обсягу проданих легковиків				
	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік	2018 рік
Renault	0,63	0,68	0,68	0,68	0,55
Toyota	0,77	0,78	0,83	0,79	0,72
Kia	0,77	0,80	0,80	0,76	0,68
Skoda	0,80	0,90	0,89	0,89	0,87
Nissan	0,85	0,83	0,80	0,78	0,71
Hyundai	0,84	0,80	0,82	0,81	0,77
Volkswagen	0,84	0,75	0,79	0,81	0,75
Suzuki	1,03	1,05	1,07	1,05	0,92
Mazda	0,88	0,85	0,88	0,88	0,77
Peugeot	1,03	0,87	0,85	0,90	0,93

\* розраховано за [2-6].

Дані табл. 1 свідчать про значну міжрегіональну диференціацію розвитку ринку легкових автомобілів в Україні, так як значення коефіцієнта варіації

обсягу проданих легковиків перевищує 0,25. З розглянутих брендів-лідерів вітчизняного ринку легкових автомобілів найбільшою міжрегіональною диференціацією характеризується Suzuki, найменшою – Renault. Загалом рівень міжрегіональної диференціації розвитку ринку легкових автомобілів в Україні є відносно стабільним.

### *Література:*

1. Украинский рынок новых легковых автомобилей: итоги 2019 года. URL: <https://avto.informator.ua/2020/01/02/ukrainskij-rynok-novyh-legkovyh-avtomobilej-itogi-2019-goda>.
2. Статистика – 2014. Асоціація автовиробників України «УкрАвтопром». URL: <http://ukrautoprom.com.ua/uk/statistika/statistika-2014>.
3. Статистика – 2015. Асоціація автовиробників України «УкрАвтопром». URL: <http://ukrautoprom.com.ua/uk/statistika/statistika-2014-2>.
4. Статистика – 2016. Асоціація автовиробників України «УкрАвтопром». URL: <http://ukrautoprom.com.ua/uk/statistika/statistika-2016>.
5. Статистика – 2017. Асоціація автовиробників України «УкрАвтопром». URL: <http://ukrautoprom.com.ua/uk/statistika/statistika-2017>.
6. Статистика – 2018. Асоціація автовиробників України «УкрАвтопром». URL: <http://ukrautoprom.com.ua/uk/statistika/statistika-2018>.

## **РОЛЬ КРЕАТИВНОСТІ В МАЛОМУ ПІДПРИЄМНИЦТВІ**

*Хорова М.О., Сідякіна Є.О.*

*Науковий керівник: Блага В.В., к.е.н., доцент*

*Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Особливе місце в процесі формування інноваційної економіки відводиться малому підприємству, тому що його невід'ємною частиною є креативність. Практика показала, що підприємство – це найважливіша сфера креативної діяльності, без виробництва нового воно позбавляється своєї сутності.

Креативність як здатність підприємця до створення нових ідей, що відхиляються від прийнятих схем мислення, складається з наступних компонентів: компетентність (сума знань, якими володіє людина); вміння творчо мислити (пошук нових шляхів вирішення поставлених завдань); мотивація (зацікавленість у вирішенні проблеми).

Креативність як властивість малого підприємства сприяє створенню нових форм життєдіяльності. Під впливом креативного оновлення життєвий цикл організаційної структури малого підприємства буде тривати, поки не вичерпається потенціал креативності. Присутність креативності в розвитку малого підприємства пояснює його здатність швидко реагувати на мінливу кон'юнктуру ринку, чутливість до появи інновацій.