

Література:

1. Геєц В.М., Семиноженко В.П. Інноваційні перспективи України. Харків: Константа, 2018. 272 с.
2. Інновації в Україні та в світі. URL: <http://angio-veritas.com/innovatsiji/innovatsii-vukrajini-ta-v-sviti>

РИНОК ЛЕГКОВИХ АВТОМОБІЛІВ УКРАЇНИ ТА СВІТУ: ПІДВОДИМО ПІДСУМКИ КРИЗОВОГО 2022 РОКУ

*Загревский Ю.П., аспірант 1-го року навчання
Науковий керівник: Шевченко І.Ю., д.е.н., професор
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

2022 рік... Рік війни, рік відчаю та надії, рік, який показав, наскільки глобалізованим є сучасний світ. Військові дії в Україні соціально-економічно позначилися на практично всіх країнах світу.

Індикатором, який досить добре ілюструє зміни соціально-економічного характеру, є ринок легкових автомобілів, оскільки легковик є специфічним товаром тривалого використання. Легковий автомобіль не є товаром першої необхідності чи повсякденним товаром: його придбання символізує досягнення покупцем певного матеріального становища, зокрема фінансової стабільності. Коли економіка зростає, то ринок легкових автомобілів також зростає; в той же час погіршення соціального й економічного балансу одразу відображається негативним чином на ринку легкових автомобілів.

Метою дослідження є виявлення змін на ринку легкових автомобілів України та світу за підсумками 2022 року.

В якості інформаційної бази дослідження використаємо статистичні дані Інформаційно-аналітичної групи «Автоконсалтинг».

Скориставшись відкритими даними Інформаційно-аналітичної групи «Автоконсалтинг» [1-4], можемо сформулювати наступні висновки щодо підсумків 2022 року для ринку легкових автомобілів України та світу:

– ринок легкових автомобілів України скоротився більш ніж на 60%: продажі склали 40 тис. легковиків проти 103 тис. легкових автомобілів у 2021 р. У зв'язку з цим у рейтингу ринків легкових автомобілів вітчизняний авторинок «просів» на 6 позицій, завершивши 2022 рік на 26-му місці серед авторинків країн Європи;

– не менш суттєвих втрат зазнали й ринки легкових автомобілів рф (продажі легкових автомобілів скоротилися у 2022 році на 59% порівняно з 2021 роком і вперше, починаючи з 2000 року склали менше мільйона легкових автомобілів – всього 629 тис. легковиків) та рб (продажі легкових автомобілів скоротилися у 2022 році на 64% порівняно з 2021 роком і склали всього лише 14 тис. легкових автомобілів);

– серед європейських ринків легкових автомобілів також демонстрували у 2022 році скорочення продажів легкових автомобілів авторинки Данії (продажі легкових автомобілів скоротилися у 2022 році на 20% порівняно з 2021 роком),

Литви (продажі легкових автомобілів скоротилися у 2022 році на 18,8% порівняно з 2021 роком), Фінляндії (продажі легкових автомобілів скоротилися у 2022 році на 17% порівняно з 2021 роком), Словенії (продажі легкових автомобілів скоротилися у 2022 році на 14,2% порівняно з 2021 роком), Австрії (продажі легкових автомобілів скоротилися у 2022 році на 10,3% порівняно з 2021 роком), Італії (продажі легкових автомобілів скоротилися у 2022 році на 9,7% порівняно з 2021 роком), Угорщини (продажі легкових автомобілів скоротилися у 2022 році на 8,5% порівняно з 2021 роком), Франції (продажі легкових автомобілів скоротилися у 2022 році на 7,8% порівняно з 2021 роком), Чехії (продажі легкових автомобілів скоротилися у 2022 році на 7,1% порівняно з 2021 роком), Польщі (продажі легкових автомобілів скоротилися у 2022 році на 6% порівняно з 2021 роком), Іспанії (продажі легкових автомобілів скоротилися у 2022 році на 5,4% порівняно з 2021 роком), Люксембургу (продажі легкових автомобілів скоротилися у 2022 році на 5,1% порівняно з 2021 роком), Швейцарії (продажі легкових автомобілів скоротилися у 2022 році на 5,3% порівняно з 2021 роком), Бельгії та Хорватії (продажі легкових автомобілів скоротилися у 2022 році на 4,4% порівняно з 2021 роком), Швеції (продажі легкових автомобілів скоротилися у 2022 році на 4,3% порівняно з 2021 роком), Естонії (продажі легкових автомобілів скоротилися у 2022 році на 3,4% порівняно з 2021 роком), Нідерландів (продажі легкових автомобілів скоротилися у 2022 році на 3,2% порівняно з 2021 роком), Великої Британії (продажі легкових автомобілів скоротилися у 2022 році на 2% порівняно з 2021 роком), Норвегії (продажі легкових автомобілів скоротилися у 2022 році на 1,1% порівняно з 2021 роком). Втім, деякі європейські країни змогли збільшити обсяги продажу легкових автомобілів у 2022 році порівняно з 2021 роком, серед них: Ісландія – на 30,4%, Болгарія – на 16,9%, Латвія – на 16,5%, Кіпр – на 9,4%, Румунія – на 6,7%, Португалія – на 6,6%, Греція – на 4,3%, Словаччина – на 4,1%, Німеччина – на 1,1%, Ірландія – на 0,3%;

– ринок легкових автомобілів Китаю отримав у 2022 році подальший розвиток: було продано 20,5 млн легкових автомобілів, що порівняно з 2021 р. становить зростання на 1,9%;

– ринок легкових автомобілів США характеризувався рівнем реалізації 13,7 млн легкових автомобілів, що в порівнянні з минулим роком складає зменшення на 8%. Як зазначається, це найгірший показник американського ринку легкових автомобілів за період з 2011 року;

– авторинок Індії протягом 2022 року успішно розвивався та ввійшов до топ-3 ринків (після Китаю та США) за обсягами продажу легкових автомобілів.

Література:

1. Український авторинок серед інших країн Європи опустився на 6 позицій. URL: <https://autoconsulting.ua/article.php?sid=53063> (дата звернення: 28.01.2023)

2. Китайський авторинок у 2022 році виріс на 1,9%. URL: <https://www.autoconsulting.com.ua/article.php?sid=53013> (дата звернення: 22.01.2023)

3. В 2022 році авторинок США скоротився на 8%. URL: <https://www.autoconsulting.com.ua/article.php?sid=52990> (дата звернення: 25.01.2023)

4. Авторинок Індії перевищив 4 млн. авто та увійшов до ТОП-3 в світі. URL: <https://www.autoconsulting.com.ua/article.php?sid=53004> (дата звернення: 27.01.2023)

МІСІЯ ТА БАЧЕННЯ У СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ «ОЧИМА» ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

Кляп А. А.

*Науковий керівник: Кононенко Я. В., к.е.н., доцент
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна*

Актуальність даного дослідження полягає в тому, що визначення місії та бачення є важливим етапом розвитку стратегії організації. Місія організації визначає, чого вона прагне досягти, а бачення — яку майбутню картину організація бажає побачити. Ці концепти допомагають організації зосередитися на своїх цілях та напрямках розвитку і визначити свої стратегічні пріоритети.

Штучний інтелект (ШІ) може використовуватися для аналізу даних про організацію, її продукти та послуги, ситуацію на ринку та конкурентів, що допоможе визначити місію та бачення організації на основі об'єктивних даних. Також ШІ може допомогти у створенні та оцінці альтернативних стратегій для досягнення місії та бачення організації. ШІ, звісно, може бути корисним інструментом, але чи може він самостійно повноцінно формулювати місію та бачення організації, без втручання особистості? [1].

ШІ — здатність інженерної системи (англ. engineered system) обробляти, застосовувати та вдосконалювати здобуті знання та вміння [4].

Для того, щоб відповісти на питання «Чи можливе формулювання місії та бачення організації за допомогою штучного інтелекту?», ми використаємо штучний інтелект. Ми попросили його вигадати назву та слоган, місію та бачення для двох організацій: університету та громадської організації, яка хоче отримати державний грант. Як результат, ШІ запропонував назву «Гранд Університет», й ми вважаємо, що це далеко не найкращий результат, але для приватного вищого навчального закладу можна прийняти цей варіант. Слоган: «Навчання - це ключ до майбутнього!» є ідеально підібраним!

Місію для університету ШІ сформулював таким чином: «Ми зобов'язані надавати високоякісну освіту, яка надихає наших студентів на досягнення найвищих стандартів в науці, технологіях та соціальній відповідальності. Наша місія полягає в тому, щоб розвивати інтелектуальний потенціал кожного студента, надаючи їм можливості розвитку та підтримки у всіх сферах життя. Ми створюємо інноваційну та навколоосвітню спільноту, яка просуває знання та впроваджує нові ідеї в життя, сприяє розвитку науково-дослідницьких проєктів та забезпечує розвиток наших студентів в якості лідерів, здатних впливати на світ навколо нас».