

УДК 330.3:338.124

Моголова Марина Михайлівна
доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри менеджменту,
маркетингу та підприємництва
Національний університет
«Києво-Могилянська академія»
ORCID: 0000-0003-2411-8014

Іваненко Віталій Вадимович
здобувач ступеня магістра
Національного університету
«Києво-Могилянська академія»
ORCID: 0009-0007-5217-0481

<https://doi.org/10.25313/3083-7782-2026-4-19>

КРИЗА ЯК ФАКТОР ЗМІН НА РИНКУ АВТОМОБІЛІВ І В АВТОМОБІЛЬНІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ

Анотація. Вступ. Циклічність економічних процесів з властивою фазою криз вимагає формування на підприємствах системи антикризового управління, адаптованої до особливостей прояву кризових умов в галузі. Це потребує ґрунтовного факторного аналізу впливу економічних криз на розвиток і трансформацію автомобільної промисловості та ринку автомобілів. Результати аналізу дозволяють окреслити наслідки криз і обґрунтувати ефективні антикризові механізми для підприємств автомобільної сфери.

Метою дослідження є оцінка впливу загальносвітових криз на розвиток і трансформації автомобільного ринку та автомобільної промисловості в контексті значимості історичного досвіду для антикризового управління бізнес-структур автомобільної сфери.

Матеріали і методи. Теоретико-методологічну основу дослідження визначають положення теорій ринкової економіки і антикризового управління. Інформаційну базу становлять наукові статті, аналітичні дані ОІСА. Для вирішення завдань дослідження використано загальнонаукові і спеціальні методи: діалектичний та систематизації – для аналізу розвитку й трансформацій автомобільного ринку під впливом фактору криз; графічний і табличний – для візуалізації результатів досліджень; логічного узагальнення – для формування висновків.

Результати. Шляхом аналізу тенденцій розвитку світового і вітчизняного ринку автомобілів доведено значний вплив загально-економічних криз на їх виробництво і продаж, попит і пропозицію. Встановлено, що глобальні кризи характеризуються специфікою прояву і властивими їм наслідками в трансформації автомобільної індустрії і ринку автомобілів. Проаналізовано показники виробництва і продажів автомобілів на глобальному і вітчизняному ринку. Окреслено принципи наслідки для автомобільного сектору від глобальних криз. Охарактеризовано особливості розвитку вітчизняного автомобільного ринку в кризових умовах.

Перспективи. Результати наукових досліджень можуть використовуватись автовиробниками і дилерськими структурами в антикризовому управлінні. Систематизовані трансформації автомобільного ринку під впливом світових криз слугують інформаційною основою для прогнозування можливих наслідків криз і обґрунтування антикризових заходів. Подальші дослідження мають бути спрямовані на обґрунтування дієвих антикризових механізмів, адаптованих до характеру криз.

Ключові слова: криза, менеджмент, управління підприємством, антикризове управління, підприємство, ринок автомобілів, автомобільна промисловість.

Постановка проблеми. В умовах динамічних змін соціально-економічного середовища особливого значення набуває здатність бізнесу адаптуватися до зовнішніх викликів і невизначеності. У системі управління підприємствами надзвичайно важливо враховувати фактори бізнес-середовища, зокрема економічні цикли, до яких особливо



Copyright © The Author(s).

This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

чутливою є автомобільна галузь. Це зумовлено високою залежністю автомобільної індустрії і ринку автомобілів від платоспроможного попиту, доступності фінансових та матеріальних ресурсів, загального стану економіки.

Фінансово-економічні кризи, політична нестабільність, коливання валютних курсів, глобальні пандемії та інші дестабілізуючі чинники впливають на обсяги виробництва і реалізації автомобільної продукції. Аналіз таких змін є принциповим для обґрунтування управлінських рішень як операційного, так і стратегічного характеру.

В періоди криз спостерігається скорочення попиту, зміна структури ринку, порушення логістичних ланцюгів, зростання витрат. У цьому контексті ефективний менеджмент підприємств автомобільної галузі потребує дослідження ринку у взаємозв'язку із загальноекономічними циклічними процесами. Результати такого дослідження дозволяють не лише діагностувати ці явища, а й обґрунтувати ефективні механізми забезпечення стійкості підприємств й дієві інструменти антикризового управління.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Проблематика розвитку автомобільного ринку в умовах економічних криз, а також обґрунтування інструментів антикризового управління підприємствами автомобільної галузі знайшла відображення у працях як вітчизняних, так і зарубіжних учених. Тенденції і трансформації світового й вітчизняного автомобільного ринку, його структурні зрушення, зміни попиту та конкурентного середовища розкрито у багатьох працях [1; 2; 3]. Вплив трансформації автомобільного ринку на макроекономічну стабільність національних економік досліджено Р. Зваричем та Д. Фаріон [4]. Багато зарубіжних авторів аналізують негативні процеси в автомобільній сфері крізь призму спаду попиту, змін поведінки споживачів, порушення ланцюгів постачання, як наслідків загальносвітових криз, з обґрунтуванням підходів антикризового менеджменту [5; 6; 7; 8; 9]. Наукова література достатньо широко висвітлює загальні тенденції розвитку автомобільного ринку, в тому числі кризові шоки на ньому. Разом з тим, недостатньо опрацьованим залишається комплексне дослідження трансформацій світового і національного автомобільного ринку під впливом економічних криз різного походження з окресленням негативних і позитивних наслідків.

Мета та завдання статті. Метою статті є оцінка впливу загальносвітових криз на розвиток і трансформації автомобільного ринку в контексті значимості історичного досвіду для антикризового управління бізнес-структур автомобільної сфери.

Матеріали і методи. Теоретико-методологічну основу дослідження визначають фундаментальні положення теорій ринкової економіки і антикризового управління. Інформаційну базу становлять наукові статті зарубіжних та вітчизняних вчених, аналітичні дані ОІСА щодо виробництва й продажів автомобілів. З метою вирішення завдань дослідження використано загальнонаукові і спеціальні методи: діалектичний та систематизації — для аналізу розвитку й трансформацій автомобільного ринку під впливом фактору криз; графічний і табличний — для візуалізації результатів досліджень; логічного узагальнення — з метою формування висновків.

Виклад основного матеріалу. Світовий досвід розвитку соціально-економічної економічної системи свідчить про його циклічний характер з невід'ємною кризовою складовою. Загальні кризи позначаються на кожній галузі з певними особливостями форм та рівня прояву кризових явищ і подальшими наслідками в перспективі. Це властиво і для автомобільної сфери.

Однією з найглибших світових економічних криз ХХ століття стала Велика депресія [14; 15], що розпочалася з краху фондового ринку США у 1929 р., швидко поширившись на більшість країн світу. За роки депресії ВВП США скоротився приблизно на 30%, безробіття сягнуло чверті працездатного населення, промислове виробництво впало майже вдвічі. Ця криза підірвала самі основи ринкової економіки, тому потребувала нових підходів в економічній науці (її наслідком стала кейнсіанська революція — активне державне втручання для стимулювання попиту).

Автомобільна індустрія, що в 1920-ті переживала бум масового виробництва, виявилася дуже вразливою до криз. Придбання автомобілів — значна витрата для сімей, тому в умовах різкого падіння доходів населення попит на них обвалився до мінімумів [14]. На початку 1930-х років купівля машини для більшості американців стала «розкішшю, про яку не могло бути й мови». Продажі автомобілів у США скоротилися в кілька разів. Багато дрібних автовиробників збанкрутували, не витримавши спаду і конкуренції. В результаті до середини 1930-х на американському ринку остаточно закріпилося панування «Великої трійки» — компаній Ford, General Motors і Chrysler, які мали достатні фінансові резерви пережити кризу й після її закінчення задовольнили відкладений попит. Велика депресія призвела до консолідації бізнесу: відносно малі виробники практично зникли, натомість великі корпорації зміцнили свої позиції.

Наслідком Великої депресії стала зміна соціально-економічного ландшафту автомобільної індустрії. Під час кризи умови праці на автозаводах значно погіршилися (скорочення зарплат, зростання тривалості робочого дня), що зумовило хвилю страйків. У відповідь у США виник потужний профспілковий рух: у 1935 р. створено Об'єднання автомобільних робітників (UAW), яке в наступні роки вибороло кращі умо-

ви праці. Можна констатувати різносторонній характер наслідків Великої депресії: з одного боку — спад в автомобільній сфері, з іншого — закладання основ нових інституцій (профспілки, державне регулювання ринку) і формування ґрунту для подальшого підйому автомобілебудування.

У 1970-х світова економіка стикнулася з двома потужними енергетичними шоками [16]. Перша нафтова криза 1973–1974 рр. розпочалася після запровадження країнами ОПЕК нафтового ембарго у відповідь на арабо-ізраїльську війну. За кілька місяців ціна на нафту зросла в 3–4 рази, що призвело до різкого подорожчання пального і енергії у західних країнах. На тлі вже наявних інфляційних процесів це спричинило стагфляцію. Розвинені країни (США, Західна Європа, Японія) увійшли в рецесію 1974–1975 рр.: знизилася виробництво, зросли рівень безробіття і вартість життя. Нафтова криза 1979 р. повторно вплинула на світову економіку, продовживши епоху стагфляції до початку 1980-х.

Для автомобільного сектора, зважаючи на його капітало- і енергоємність, ці події мали значущі наслідки. Різне здорожчання бензину змінило споживацькі вподобання — покупці масово змінили попит з великих «ненажерливих» машин на користь значно економічніших моделей [17]. У США початку 1970-х панували великолітражні легковики «детройтського» виробництва, але після 1974 р. їх продажі впали на десятки відсотків. Так, продажі General Motors на початку 1974 р. були на 36% нижчі, ніж роком раніше, Ford і Chrysler фіксували спади близько 20%. Американські автовиробники відставали у пропозиції економічних машин, при цьому зріс попит на компактні і надійні європейські та японські автомобілі. Вперше імпортні марки (Toyota, Datsun, Volkswagen та ін.) завоювали значну частку американського ринку. В США почалася «*éa malaise*» (період 1973–1983 рр.), коли галузь зазнала технологічного застою через жорсткі норми економії пального і екологічні вимоги при значній конкуренції імпорту. Водночас ці виклики стимулювали інновації: запровадження стандартів CAFE; перехід автовиробників на виробництво менш потужних, але ощадливіших двигунів; зростання ролі електроніки в управлінні мотором.

Енергетичні кризи позначились на автомобільній сфері і в європейських країнах через їх значну залежність від імпорту нафти: уряди вводили обмеження на використання авто (наприклад, «автомобільні вільні неділі»), знижували швидкісні ліміти для економії пального. Проте в довгостроковому періоді кількість автомобілів продовжила зростати. Дослідження показують, що енергокриза 1973–75 рр. мала радше короткостроковий ефект в рівні авто-моторизації, який згодом відновився завдяки адаптації економіки. Головним наслідком нафтових криз на мікрорівні стало переорієнтування галузі на енергоефективність і диверсифікацію постачання. Ці кризи змусили переглянути й макроекономічну політику: кейнсіанські методи стимулювання попиту не працювали проти стагфляції, тому посилилася роль монетарної політики, націленої на контроль інфляції.

Початок XXI століття відзначився черговою масштабною кризою — глобальною фінансово-економічною кризою 2008–2009 рр., спричиненою «бульбашкою» на ринку нерухомості США і системними проблемами у фінансовому секторі (надмірне ризиковане кредитування) [18]. Після обвалу ринку житла й банкрутства банку Lehman Brothers у 2008 р. світові фінансові ринки охопила паніка. Кредитування між банками практично зупинилося, почалися проблеми ліквідності. Це швидко проявилось у реальному секторі: в останньому кварталі 2008 р. більшість розвинених економік увійшли в різкий спад. Світовий ВВП у 2009 р. знизився вперше з часів Другої світової війни, обсяги світової торгівлі впали більш ніж на 10%. Автомобільна галузь стала одним з епіцентрів цього спаду. Попит на автомобілі стрімко скоротився з двох головних причин: фінансові обмеження (банки перестали видавати автокредити, надважливі для більшості покупців нових автомобілів); песимізм споживчих очікувань (відкладення великих покупок домогосподарствами через зниження вартості своїх активів і проблеми безробіття). За даними ФРС США, продажі нових автомобілів у 2007–2009 рр. впали майже на 40%, а зайнятість у автомобільній промисловості знизилась на 45% [18, 19]. Два із «великих трьох» автоконцернів (General Motors та Chrysler) збанкрутували і були змушені шукати порятунку у державі, яка здійснила їх bail-out, тимчасово націоналізувавши GM. Це була безпрецедентна ситуація: уряд США фактично взяв під контроль значну частку приватної автомобільної компанії з метою недопущення її повного колапсу і масових звільнень.

Криза 2008 р. мала глобальний характер. Світове виробництво автомобілів скоротилося з приблизно 70 млн. одиниць у 2007–2008 рр. до 61,7 млн. у 2009 році (–12,7%) (рис. 1).

Криза суттєво позначилась на північноамериканському і європейському ринках, в Азії спад був дещо меншим. Європейські автовиробники стикнулися зі двозначними темпами падіння продажів і виробництва. В США відбувся різкий обвал попиту: в 2009 р. продали близько 10,4 млн. легкових і легких вантажних машин проти 16 млн. у 2007 р. Уряди багатьох країн вживали заходи для підтримки попиту: запроваджували програми стимулювання, як-от відома програма «Cash for Clunkers» у США (держава виплачувала премію за утилізацію старого автомобіля при купівлі нового, стимулюючи продажі). Подібні утилізаційні премії діяли і в ряді країн ЄС. Ці заходи дещо пом'якшили спад у галузі.

Соціологічні дослідження показали, що близько половини падіння продажів автомобілів у 2008–2009 рр. було викликане не стільки об'єктивним зниженням доходів, скільки психологічним

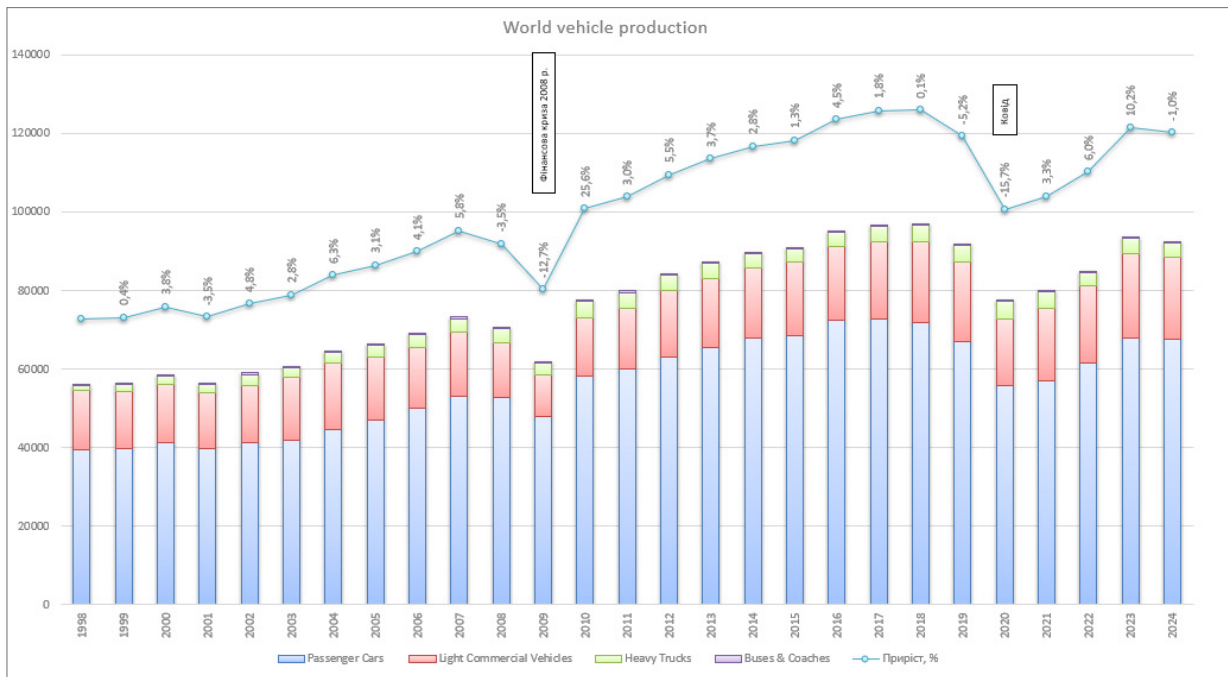


Рис. 1. Світове виробництво транспортних засобів 1998–2024 рр.

Джерело: побудовано авторами на основі [10]

фактором — песимістичними очікуваннями споживачів. Зростання цін на нафту у 2007–2008 рр. при падінні цін на житло пояснюють показник третини спаду продажів машин. Основною причиною було різке погіршення оцінки домогосподарствами свого майбутнього в частині постійного доходу, відповідно відкладення заміни автомобілів. Спрацював ефект очікувань: коли люди прогнозують тривалу скруту, вони скорочують великі витрати «про запас». Це кейнсіансько-поведінковий аспект кризи 2008-го, який підтверджений кількісними моделями.

Після 2009 р. відмічається поступове відновлення глобального автомобільного ринку (рис. 2). Вже у 2010 р. світовий випуск зріс до 77 млн. авто, значною мірою завдяки вибуховому росту китайського ринку. Вихід Китаю на перше місце у світі за виробництвом і продажами автомобілів (близько 13 млн. у 2009 р., 18 млн. у 2010 р.) став однією із структурних змін з довгостроковим ефектом, що проявився у трансформаціях автомобільного ринку під час кризи. Криза 2008 р. дала поштовх до перегляду і бізнес-моделей у галузі: прискорення їх реструктуризації (злиття, закриття збиткових брендів); запровадження ощадливого управління запасами (активізація впровадження JIT); диверсифікації ринків збуту. В макроекономічному вимірі уряди і центробанки здобули досвід застосування антикризових заходів (стимули, викуп активів), що надалі знадобилося при наступних шоках.

Наприкінці 2019 р. світ зіткнувся з пандемією коронавірусу COVID-19, яка спричинила глобальну економічну кризу іншого характеру походження і прояву. Першопричиною кризи став вірус, для стримування якого запровадили безпрецедентні карантинні обмеження. Навесні 2020 р. заводи призупиняли роботу, люди залишалися вдома, міжнародні перевезення різко скоротилися. У II кварталі 2020 р. багато країн фіксували двозначні темпи падіння ВВП і зростання безробіття. Глобальний ВВП за підсумками року знизився на 3,3%. Цей спад оцінювали як найгірший після Великої депресії, хоча він був відносно нетривалим завдяки масштабним заходам підтримки.

Автомобільна індустрія пережила шок як в частині попиту, так і пропозиції. З одного боку, споживачі під час локдаунів не могли відвідувати автосалони, багато хто втратив роботу або побоювався за доходи, відповідно продажі автомобілів стрімко впали. З іншого боку, карантинні заходи і порушення логістики призвели до закриття автозаводів й дефіциту комплектуючих. У 2020 р. світове виробництво автомобілів скоротилося на 16% [20]. ОІСА оцінила кризу 2020 року як «найбільшу в історії, що будь-коли вражала автомобільну промисловість». Світові обсяги реалізації нових автомобілів впали на 12–14% проти попереднього року. У кризовому 2009 році глобальне падіння продажів становило 5%, тож наслідки COVID-19 були масштабнішими, хоча і концентрованими в одному році.

На автомобільній промисловості в географічному розрізі COVID-19 позначився наступним чином: Європа зазнала найбільшого спаду — в середньому більше 21% за 2020 р. (окремі країни 30–40%); в Північній Америці обсяги виробництва знизились на 20% (США — 19%); в Південній Америці — на 30, в Африці —

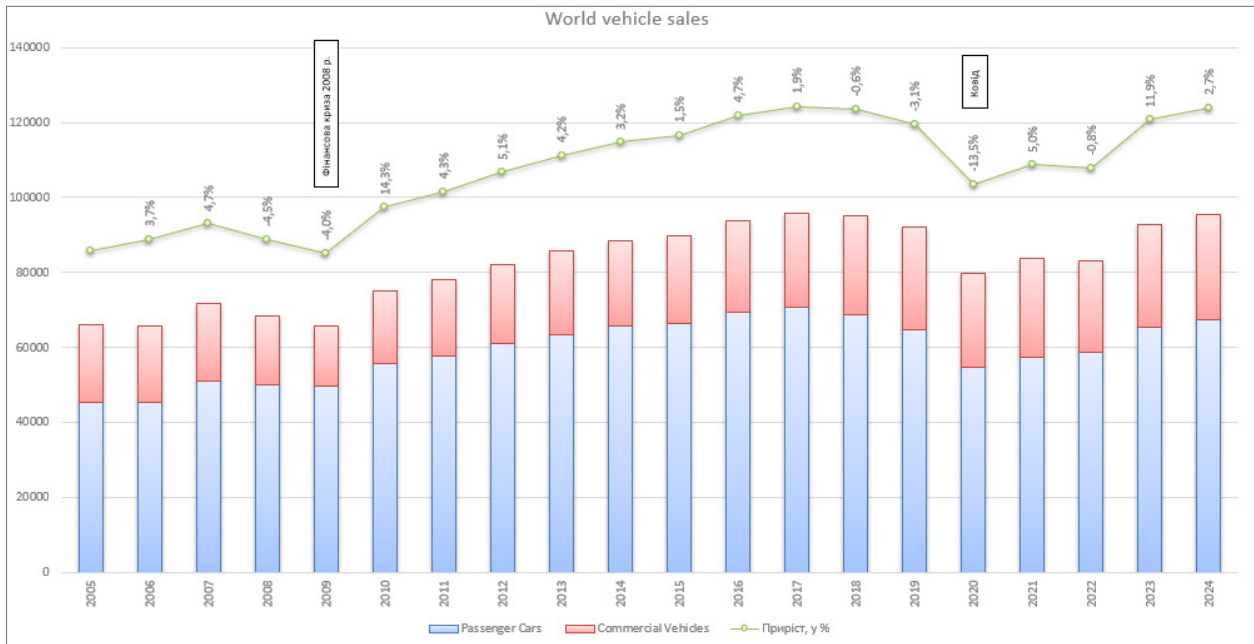


Рис. 2. Світові продажі автотранспортних засобів 2005–2024 рр.

Джерело: побудовано авторами на основі [11]

на 35% [12]. В Азії спад становив близько 10%, а в Китаї — лише 2% з наступним швидким відновленням галузі. Китайський ринок, переживши жорсткий локдаун у I кварталі 2020 р., вже в II-му повернувся до зростання. Це пов'язано з ефективним контролем пандемії в країні та державними стимулами для підтримки автомобільної промисловості (зниження податків, субсидії на покупку).

Особливістю впливу пандемії на автомобільний ринок стало не лише його подальше відновлення, а й суттєве зростання попиту через побоювання людей користуватися громадським транспортом. З другої половини 2020 р. попит зріс настільки швидко, що виник дисбаланс на ринку, зокрема через дефіцит напівпровідників. У 2020 р. виробники мікročіпів скоротили випуск, і при відновленні роботи автозаводів виник дефіцит електронних компонентів. Це призвело до ситуації, коли при зростанні попиту на автомобілі у 2021 р. пропозиція його не задовольняла через стримування виробництва браком комплектуючих. В США і Європі терміни поставки нових автомобілів стали значними, а ціни на б/в авто зросли. Поступово більшість компаній пристосувалися до нових умов, розвинувши онлайн-продажі, оптимізувавши глобальні ланцюги постачання. До кінця 2021 р. світові продажі автомобілів практично повернулися до докризового рівня, хоча загальна кількість випуску залишалася нижчою за пік 2017–2018 років.

Таким чином, пандемія COVID-19 продемонструвала вразливість автомобільної індустрії до несподіваних нетипових шоків. Її відновлення було забезпечене заходами підтримки (вливання від центробанків, урядові програми збереження доходів населення). Менеджерам підприємств галузі наслідки COVID-19 довели необхідність більш гнучкого планування, створення резервів на випадок зупинки виробництва, диверсифікації постачальників. Пандемія пришвидшила структурні зміни попиту на ринку, зокрема його зростання на електромобілі. У 2020 р. при загальній тенденції падіння продажів автомобілів обсяги реалізації електрокарів у світі зросли, частково через стимули «зеленого відновлення».

В підсумку можна окреслити принципові трансформації автомобільної індустрії і ринку автомобілів, як наслідки впливу глобальних криз (табл. 1).

З 2022 р. на вітчизняному і світовому авторинку позначається фактор війни в Україні, що поєднує політичну, фінансову, економічну і енергетичну кризи [21]. Для світової економіки цей конфлікт проявився різким підвищенням цін на енергоносії та сировину. Україна — ключовий постачальник металів і деяких компонентів (неону для чіпів, дротяних джгутів для автівок), а Росія — експортер нафти, газу, металів. Військові дії порушили постачання цих товарів: ціни на нафту навесні 2022 р. зросли до \$120 за барель, газ у Європі подорожчав у кілька разів. Це підсилює інфляцію у світі, яка й до того зростала, та змусило центральні банки підняти відсоткові ставки. Очікування щодо розвитку світової економіки на 2022–2023 рр. були суттєво знижені, хоча глобальна рецесія формально не настала.

Війна в Україні має суттєвий негативний вплив на світовий автомобільний сегмент. По-перше, це дефіцит окремих компонентів. В Україні, яка була постачальником кабельних джгутів для європейських автозаводів, через бойові дії в 2022 р. зупинилось їх виробництво. В результаті ряд європейських концернів

Таблиця 1

Вплив глобальних економічних криз на світову автомобільну індустрію і ринок автомобілів

Назва кризи	Ключові наслідки кризи
Велика депресія (1929–1939 рр)	Скорочення продажів автомобілів в кілька разів. Збанкрутування дрібних автовиробників. Консолідація автомобільного бізнесу, в т.ч. M&A. Панування великих автоконцернів (в США Ford, GM і Chrysler). Зміна соціально-економічного ландшафту автомобільної промисловості і формування базису нового інституційного середовища (зростання ролі профспілок (в США — UAW), державне регулювання ринку). Підґрунтя післякризового підйому автомобілебудування.
Нафтові кризи 1973–1974 рр. і 1979 р.	Падіння продажів великолітражних легкових автомобілів. Зростання попиту на компактні і надійні автомобілі, завоювання значної частки ринку, в т.ч. в США, європейськими та японськими автовиробниками. Інновації: стандарти SAFЕ; перехід на виробництво ощадливіших двигунів; зростання ролі електроніки в управлінні мотором. Переорієнтування автовиробників на енергоефективність і диверсифікацію постачання. Інструменти макроекономічного регулювання: під час кризи введення обмежень на використання автомобілів («автомобільні вільні неділі»), зниження швидкісних лімітів; посилення ролі монетарної політики для контролю інфляції при зменшенні ролі кейнсіанських методів стимулювання попиту.
Фінансово-економічна криза 2008–2009 рр.	Значне і стрімке скорочення попиту на автомобілі з 2-х причин: фінансові обмеження (призупинення автокредитування); песимістичні психологічні очікування споживачів. Оновлення бізнес-моделей автоконцернів: прискорення реструктуризації (M&A, закриття збиткових брендів); запровадження ощадливого управління запасами (активізація just-in-time); диверсифікація ринків збуту. Державна підтримка автомобільної галузі: bail-out автоконцернів; програми стимулювання попиту, зокрема утилізаційні премії. І місце з виробництва і продажів автомобілів — Китай.
Пандемія COVID-19 2019–2020 рр.	Проблеми попиту і пропозиції (порушення логістики, закриття автозаводів, відсутність комплектуючих, закриття автосалонів). Масштабність спаду продажів при його концентрації в 1-му році. Швидке відновлення і масштабне зростання попиту на автомобілі в умовах карантину. Зростання цін на б/в-автомобілі. Рішення менеджменту автоконцернів: розвиток онлайн-продажів, диверсифікація постачальників; резерви комплектуючих. Оптимізація глобальних ланцюгів постачання. Зростання попиту на електромобілі. Державна політика: урядові програми підтримки доходів населення; стимули «зеленого відновлення».

Джерело: сформовано авторами

(VW, BMW, Mercedes) були змушені тимчасово скорочувати випуск автомобілів через нестачу кабельної проводки. З часом постачання частково відновили, диверсифікувавши з інших країн, але в перші місяці війни продовжувалась криза постачання. По-друге, зросла вартість сировини. Санкції проти Росії та логістичні проблеми викликали здорожчання на світовому ринку паладію для каталізаторів, алюмінію, чавуну. Водночас зросли ціни на сталь і пластмаси через високу вартість енергоресурсів. Це призвело до збільшення собівартості виробництва автомобілів, негативно позначившись на прибутках компаній або на цінах для кінцевих споживачів. По-третє, війна остаточно розірвала російський автомобільний ринок з глобальним: провідні світові бренди вийшли з РФ (закрили заводи, припинили постачання), а власне виробництво в Росії обвалилося до 30% від рівня 2021 р. [22]. Хоча частка російського автопрому у світових продажах була незначною (2–3%), але війна призвела до втрати ринку збуту глобальними автоконцернами і знецінення інвестицій у заводи на території РФ.

Вітчизняний автомобільний ринок, як інтегрований у глобальні процеси, чітко демонструє кореляцію з міжнародними економічними трендами, реагуючи на кризові прояви у світовій і національній економіці. Кризи рельєфно позначаються на продажах автомобілів в Україні (рис. 3).

За період з 2009 по 2024 роки український автомобільний ринок зазнав впливу кількох криз, кожна з яких суттєво позначилася на показниках продажів автомобілів. Так, наслідком фінансової кризи 2008–2009 рр.

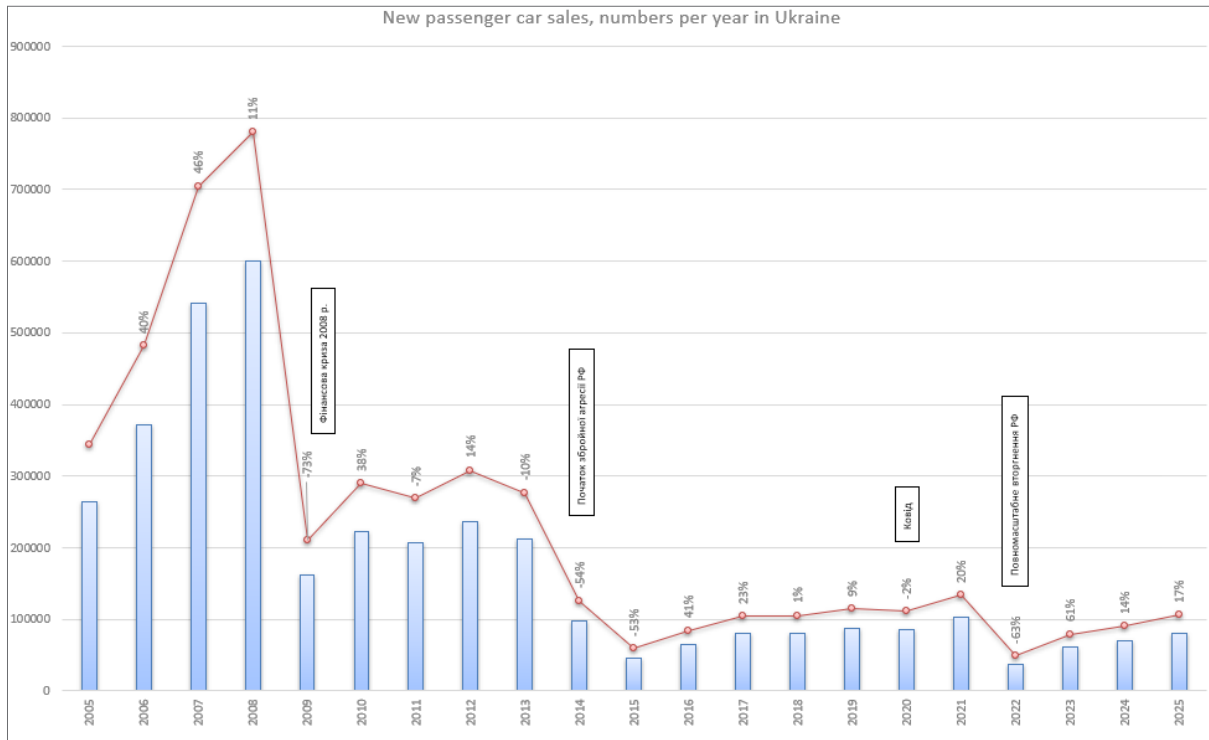


Рис. 3. Продажі нових легкових автомобілів в Україні у 2005–2025 рр.

Джерело: побудовано авторами на основі [13]

стало значне падіння продажів в Україні: у січні 2009 р. було реалізовано лише близько 12 тисяч нових автомобілів. В 2010–2013 рр. відмічається поступова активізація попиту, однак у 2014–2015 рр. через політичну і економічну кризи в країні авторинок знову обвалився до історичних мінімумів — продажі становили 2–3 тисячі автомобілів на місяць.

Дані доводять катастрофічний вплив на вітчизняний автомобільний ринок кризи 2022 р. через повномасштабне вторгнення в Україну. Це призвело до рекордного падіння продажів майже до нульового рівня. У цей період ринок був практично паралізований не лише через економічні фактори, але й через фізичну небезпеку, руйнування логістичних маршрутів і виробничих потужностей. Продажі нових автомобілів у 2022 р. склали лише близько 38 тис. одиниць, що на 63% менше рівня попереднього року, і є найнижчим показником з 2000 р. Війна фактично «обнулила» багаторічне відновлення автомобільного ринку після кризи 2014–2015 рр. Вітчизняний автопром, який і до війни не характеризувався масштабністю, практично зупинив випуск: за 2022 р. було зібрано лише близько 2 тис. легкових автовок (СКД-складання на заводі Єврокар), що на 37% менше показника 2021 р. Значна частина автосалонів припинила роботу, особливо в зонах бойових дій, логістика нових машин з-за кордону ускладнилася. Водночас активізувався імпорт вживаних автомобілів: після початку війни уряд України на кілька місяців скасував мита на ввезення автомобілів, аби громадяни могли швидко замінити втрачені машини. Це призвело до масового ввезення вживаної техніки. За 2022 р. імпортовано понад 530 тис. автомобілів (нових і вживаних), що лише на 60% менше рівня 2021 р, причому 80% первинних реєстрацій становили вживані [23]. Таким чином, навіть в умовах війни українці продовжували оновлювати автопарк, перш за все за рахунок уживаних автомобілів з США та ЄС. Ринок структурно змістився до секонд-хенду. Лише з кінця 2022 р., зі стабілізацією ситуації в центральних і західних регіонах, автомобільний ринок активізувався.

Порівнюючи з глобальними тенденціями, слід відмітити глибші прояви криз в Україні порівняно з загальносвітовими трендами. Так, світовий ринок автомобілів у кризові періоди 2008–2009 та 2020 років зазнав значних падінь, однак швидко відновлювався. В Україні ж падіння були глибшими, а процес відновлення і стабілізації — повільнішим. Графіки продажів на вітчизняному ринку автомобілів чітко ілюструють ці тенденції з різким падінням під час найбільших кризових явищ в 2009, 2014–2015 та 2022 роках. Ці періоди характеризуються зменшенням платоспроможності та попиту, високою інфляцією, девальвацією національної валюти і загальним зниженням економічної активності населення. Водночас варто зазначити, що автомобільний ринок України продемонстрував здатність до відновлення. Так, у період між кризами спостерігалось стабільне зростання продажів, що свідчить про високий потенціал ринку і можливість його швидкого відновлення за умови стабілізації зовнішнього середовища.

Нині додатковим актуальним чинником, вплив якого позначиться на автомобільній промисловості і ринку автомобілів, є чергова нафтова криза 2026 р. через бойові дії в Ірані.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Світові кризи, як невід’ємні елементи економічних циклів, є значимим фактором розвитку світового і вітчизняного автомобільного ринку. Основні глобальні фінансово-економічні та енергетичні кризи характеризуються специфікою прояву і властивими їм наслідками трансформації автомобільної промисловості і ринку автомобілів. Принципово важливими результатами криз для автомобільного сектору є зміни попиту споживачів, структурні трансформації ринку, подальші інновації в автомобілебудуванні. Зважаючи на факт суттєвої залежності автомобільного ринку від криз різного походження з типовими наслідками, для менеджерів компаній-автовиробників і компаній-дилерів принципово важливим є прогнозування ймовірності кризових явищ з оцінкою їх можливого впливу, запровадження дієвих інструментів антикризового управління. Відповідно подальші дослідження мають бути спрямовані на обґрунтування оптимальних антикризових механізмів, адаптованих до характеру кризи.

ДОДАТКОВА ІНФОРМАЦІЯ

ВНЕСОК АВТОРІВ: Усі автори зробили внесок порівну.

ФІНАНСУВАННЯ: Автори не отримували фінансування для цього дослідження.

ЗАЯВА ПРО ДОСТУПНІСТЬ ДАНИХ: Не застосовується.

КОНФЛІКТ ІНТЕРЕСІВ: Автори заявляють про відсутність конфлікту інтересів.

Література

1. Мирошниченко Г., Марина А., Чернишов О. Тенденції розвитку глобального автомобільного ринку. *Економіка та суспільство*. 2024. № 59. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-149>
2. Шуба М., Шуба О. Світовий ринок легкових автомобілів: особливості та тенденції розвитку. *Acta Academiae Beresgasiensis. Economics*. 2023. № 4. DOI: <https://doi.org/10.58423/2786-6742/2023-4-178-187>
3. 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/?op=1&z=3151&i=15> (дата звернення: 02.03.2026).
4. Зварич Р., Фаріон Д. Вплив трансформації автомобільного ринку на макроекономічну стабільність національних економік. *Світ фінансів*. 2025. № 3 (84). С. 163–171. URL: <http://sf.wunu.edu.ua/index.php/sf/article/view/1856> (дата звернення: 02.03.2026).
5. Dupor B., Li J., Mehkar S., Tsai I.-Ch. The 2008 U.S. Auto Market Collapse. *Federal Reserve Bank of St. Louis Working Paper Series*. 2018. № 2018–019. DOI: <https://doi.org/10.20955/wp.2018.019>
6. Klein C. et al. The impacts of the COVID-19 crisis on the automotive sector in Central and Eastern European countries. Paris: OECD Publishing, 2021. URL: https://www.oecd-ilibrary.org/economics/the-impacts-of-the-covid-19-crisis-on-the-automotive-sector-in-central-and-eastern-european-countries_a7d40030-en (дата звернення: 02.03.2026).
7. Pato B. S. G. et al. The COVID-19 impact on supply chains, focusing on the automotive segment during the second and third waves of the pandemic. *Risks*. 2022. Vol. 10, № 10. DOI: <https://doi.org/10.3390/risks10100189>
8. Eldem B. The COVID-19 impact on supply chain operations of automotive manufacturers. *Sustainability*. 2022. Vol. 14, № 10. DOI: <https://doi.org/10.3390/su14105855>
9. Raaymann S. et al. Measuring supply chain resilience along the automotive supply chain. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*. 2024. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1366554524003831> (дата звернення: 02.03.2026).
10. World motor vehicle production statistics. *International Organization of Motor Vehicle Manufacturers (OICA)*. URL: <https://oica.net/production-statistics/> (дата звернення: 02.03.2026).
11. World motor vehicle sales statistics. *International Organization of Motor Vehicle Manufacturers (OICA)*. URL: <https://oica.net/sales-statistics/> (дата звернення: 02.03.2026).
12. New passenger car registrations and GDP in the EU. European Central Bank. *Statistical Data Warehouse*. URL: <https://data.ecb.europa.eu/data/datasets/CAR> (дата звернення: 02.03.2026).
13. Motor vehicle sales: passenger cars in Ukraine. *CEIC Data*. URL: <https://www.ceicdata.com/en/indicator/ukraine/motor-vehicle-sales-passenger-cars> (дата звернення: 02.03.2026).
14. Duchardt H. The Great Depression and Effects on the Auto Industry. URL: <https://www.history.com/topics/great-depression/great-depression-history> (дата звернення: 02.03.2026).
15. Esperdy G. The Twilight of Autopia. URL: <https://placesjournal.org/article/the-twilight-of-autopia/> (дата звернення: 02.03.2026).

16. Parish D. The 1973–1975 Energy Crisis and its Impact on Transport. RAC Foundation, 2009. URL: <https://www.racfoundation.org/wp-content/uploads/energy-crisis-parish-161009-report.pdf> (дата звернення: 02.03.2026).
17. Oil crises and their impact on the automotive sector. *International Energy Agency*. URL: <https://www.iea.org/reports/sheltering-from-oil-shocks> (дата звернення: 02.03.2026).
18. Dupor B. Auto Sales and the 2007–09 Recession. Federal Reserve Bank of St. Louis, 2019. URL: <https://www.stlouisfed.org/on-the-economy/2019/july/auto-sales-and-the-2007–09-recession> (дата звернення: 02.03.2026).
19. 2008 U.S. Automotive Sales Data & Reports Hub. *GoodCarBadCar*. URL: <https://www.goodcarbadcar.net/2008-us-auto-sales-figures-by-brand/> (дата звернення: 02.03.2026).
20. Global auto production in 2020 severely hit by COVID-19 crisis. *International Organization of Motor Vehicle Manufacturers (OICA)*. URL: <https://web.archive.org/web/20210422130054/https://www.oica.net/global-auto-production-in-2020-severely-hit-by-covid-19-crisis-with-a-16-drop-in-world-auto-production/> (дата звернення: 02.03.2026).
21. Kilfoyle M. Ukraine: what's the global economic impact of Russia's invasion? URL: <https://www.economicsobservatory.com/ukraine-whats-the-global-economic-impact-of-russias-invasion> (дата звернення: 02.03.2026).
22. Miller C., Nowak C. Roadblocks Ahead: The Impact of Sanctions on the Russian Auto Industry. American Enterprise Institute, 2024. URL: <https://www.aei.org/research-products/report/roadblocks-ahead/> (дата звернення: 02.03.2026).
23. Авто-2022: в Україну ввезли понад півмільйона авто. *Опендатабот*. URL: <https://opendatabot.ua/analytics/auto-import-2022> (дата звернення: 02.03.2026).

References

1. Myroshnychenko, H., Maryna, A. and Chernyshov, O. (2024). *Tendentsii rozvytku hlobalnoho avtomobilnoho rynku*. *Ekonomika ta suspilstvo*, (59). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-149>
2. Shuba, M. and Shuba, O. (2023.) *Svitovyi rynek lehkovykh avtomobiliv: osoblyvosti ta tendentsii rozvytku*. *Acta Academiae Beregsasiensis. Economics*, (4). <https://doi.org/10.58423/2786-6742/2023-4-178-187>
3. Maliuta, A.I., Nebaba, H.O. and Kolisnyk, A.E. (2020). *Svitovyi avtomobilnyi rynek: suchasnyi stan i tendentsii rozvytku*. *Ahrosvit*, (7), pp. 111–116. Retrieved from <http://www.agrosvit.info/?op=1&z=3151&i=15>
4. Zvarych, R. and Farion, D. (2025). *Vplyv transformatsii avtomobilnoho rynku na makroekonomichnu stabilnist natsionalnykh ekonomik*. *Svit finansiv*, 3(84), pp. 163–171. Retrieved from <http://sf.wunu.edu.ua/index.php/sf/article/view/1856>
5. Dupor, B., Li, J., Mehkar, S. and Tsai, I.-Ch. (2018). *The 2008 U.S. auto market collapse*. Federal Reserve Bank of St. Louis Working Paper Series, 2018–019. <https://doi.org/10.20955/wp.2018.019>
6. Klein, C. et al. (2021). *The impacts of the COVID-19 crisis on the automotive sector in Central and Eastern European countries*. Paris: OECD Publishing. Retrieved from https://www.oecd-ilibrary.org/economics/the-impacts-of-the-covid-19-crisis-on-the-automotive-sector-in-central-and-eastern-european-countries_a7d40030-en
7. Pato, B.S.G. et al. (2022). *The COVID-19 impact on supply chains, focusing on the automotive segment during the second and third waves of the pandemic*. *Risks*, 10(10). <https://doi.org/10.3390/risks10100189>
8. Eldem, B. (2022). *The COVID-19 impact on supply chain operations of automotive manufacturers*. *Sustainability*, 14(10). <https://doi.org/10.3390/su14105855>
9. Raaymann, S. et al. (2024). *Measuring supply chain resilience along the automotive supply chain*. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1366554524003831>
10. International Organization of Motor Vehicle Manufacturers (OICA) (n.d.) *World motor vehicle production statistics*. Retrieved from <https://oica.net/production-statistics/>
11. International Organization of Motor Vehicle Manufacturers (OICA) (n.d.) *World motor vehicle sales statistics*. Retrieved from <https://oica.net/sales-statistics/>
12. European Central Bank (n.d.) *New passenger car registrations and GDP in the EU*. Statistical Data Warehouse. Retrieved from <https://data.ecb.europa.eu/data/datasets/CAR>
13. CEIC Data (n.d.) *Motor vehicle sales: passenger cars in Ukraine*. Retrieved from <https://www.ceicdata.com/en/indicator/ukraine/motor-vehicle-sales-passenger-cars>
14. Duchardt, H. (n.d.) *The Great Depression and Effects on the Auto Industry*. Retrieved from <https://www.history.com/topics/great-depression/great-depression-history>
15. Esperdy, G. (n.d.) *The Twilight of Autopia*. Retrieved from <https://placesjournal.org/article/the-twilight-of-autopia/>
16. Parish, D. (2009). *The 1973–1975 energy crisis and its impact on transport*. RAC Foundation. Retrieved from <https://www.racfoundation.org/wp-content/uploads/energy-crisis-parish-161009-report.pdf>
17. International Energy Agency (n.d.) *Sheltering from oil shocks*. Retrieved from <https://www.iea.org/reports/sheltering-from-oil-shocks>
18. Dupor, B. (2019). *Auto sales and the 2007–09 recession*. Federal Reserve Bank of St. Louis. Retrieved from <https://www.stlouisfed.org/on-the-economy/2019/july/auto-sales-and-the-2007–09-recession>
19. GoodCarBadCar (n.d.) *2008 U.S. automotive sales data & reports hub*. Retrieved from <https://www.goodcarbadcar.net/2008-us-auto-sales-figures-by-brand/>

20. International Organization of Motor Vehicle Manufacturers (OICA) (n.d.) *Global auto production in 2020 severely hit by COVID-19 crisis with a 16% drop in world auto production*. Retrieved from <https://web.archive.org/web/20210422130054/https://www.oica.net/global-auto-production-in-2020-severely-hit-by-covid-19-crisis-with-a-16-drop-in-world-auto-production/>
21. Kilfoyle, M. (n.d.) *Ukraine: what's the global economic impact of Russia's invasion?* Retrieved from <https://www.economicsobservatory.com/ukraine-whats-the-global-economic-impact-of-russias-invasion>
22. Miller, C. and Nowak, C. (2024). *Roadblocks ahead: the impact of sanctions on the Russian auto industry*. American Enterprise Institute. Retrieved from <https://www.aei.org/research-products/report/roadblocks-ahead/>
23. Opendatabot (n.d.) *Avto-2022: v Ukrainu vvezly ponad pivmiliona avto*. Retrieved from <https://opendatabot.ua/analytics/auto-import-2022>

Дата першого надходження статті до видання: 12.03.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 12.04.2026

Дата публікації: 18.04.2026

Mohylova Maryna

*Doctor of Economic Sciences,
Associate Professor,
Professor of the Department of Management,
Marketing and Entrepreneurship
National University of Kyiv-Mohyla Academy*

Ivanenko Vitalii

*Master's Student of the
National University of Kyiv-Mohyla Academy*

CRISIS AS A FACTOR OF CHANGES IN THE CAR MARKET AND IN THE AUTOMOTIVE INDUSTRY

Summary. Introduction. The cyclical nature of economic processes with their inherent crisis phase requires the formation of an anti-crisis management system at enterprises, adapted to the specifics of the manifestation of crisis conditions in the industry. This requires a thorough factor analysis of the impact of economic crises on the development and transformation of the automotive industry and the car market. The results of the analysis allow us to outline the consequences of crises and substantiate effective anti-crisis mechanisms for automotive enterprises.

The purpose of the study is to assess the impact of global crises on the development and transformation of the automotive market and the automotive industry in the context of the significance of historical experience for anti-crisis management of automotive business structures.

Materials and methods. The theoretical and methodological basis of the study is determined by the provisions of the theories of market economy and anti-crisis management. The information base is made up of scientific articles, analytical data of OICA. To solve the research tasks, general scientific and special methods were used: dialectical and systematization – for analyzing the development and transformations of the automobile market under the influence of the crisis factor; graphical and tabular – for visualizing the research results; logical generalization – for forming conclusions.

Results. The significant impact of general economic crises on the production and sales of automobiles, supply and demand in the automobile market has been proven. It has been established that global crises are characterized by the specifics of their manifestation and their inherent consequences in the transformation of the automotive industry and the automobile market. The indicators of automobile production and sales on the global and domestic markets have been analyzed. The fundamental consequences for the automotive sector from global crises have been outlined. The features of the development of the domestic automobile market in crisis conditions have been characterized.

Discussion. The results of scientific research can be used by automakers and dealer structures in anti-crisis management. Systematic transformations of the automotive market under the influence of global crises serve as an information basis for predicting possible consequences of crises and substantiating anti-crisis measures. Further research should be aimed at substantiating effective anti-crisis mechanisms adapted to the nature of crises.

Key words: crisis, management, enterprise management, anti-crisis management, enterprise, automobile market, automobile industry.