

Література

1. Мосійчук І. В., Пойта І. О., Калініченко О. О. Стратегічні інновації в менеджменті як інструмент зниження ризиків у маркетинговій діяльності підприємств. *Бізнес-інформ*. 2025. Т. 1, № 564. С. 449–455. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2025-1-449-455> (дата звернення: 29.10.2025).
2. Стамат В. М., Нехайчик Є. Є. Основні тренди маркетингової діяльності: світовий погляд. *Modern Economics*. 2023. № 38(2023). С. 152-157. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V38\(2023\)-23](https://doi.org/10.31521/modecon.V38(2023)-23) (дата звернення: 29.10.2025).
3. Штучний інтелект у бізнесі: як фармдистриб'ютор БадМ змінює процеси за допомогою ШІ. *TCH.ua*. URL: <https://tsn.ua/groshi/shtuchnyy-intelekt-u-biznesi-iak-farmdystrybiutor-badm-zminiuye-protsesy-za-dopomohoiu-shi-2878955.html> (дата звернення: 29.10.2025).
4. Які бренди зараз роблять революцію в маркетингу. *The Ant Media*. URL: https://www.theantmedia.com/post/yaki-brendi-zaraz-robyat-revolyciyu-v-marketingu?utm_source=chatgpt.com (дата звернення: 29.10.2025).
5. Маркетинг й Інновації. *Fedoriv Group*. URL: <https://fedoriv.com/ua/marketing-innovations> (дата звернення: 29.10.2025).

Павленко Богдан

Науковий керівник: Тенькова Зоя

Полтавський фаховий коледж нафти і газу Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»

ГЕОГРАФІЯ РОЗМІЩЕННЯ АВТОМОБІЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ НІМЕЧЧИНИ: ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ТА РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ.

Сучасні успіхи німецької економіки забезпечено дією чинників, що визначають місце країни в міжнародному поділі праці. Основні з них:

економіко-географічне положення (ЕГП), працересурсний, науково-технічний, споживчий, природно-ресурсний потенціал, зважена соціальна та економічна політика уряду.

Важливою передумовою розвитку національної економіки Німеччини є її ЕГП. Німеччина розміщена в субрегіоні Західна Європа. Вона межує суходолом з дев'ятьма державами. Країни-сусіди Німеччини – це переважно високорозвинуті держави, її партнери в Європейському Союзі. Усі сусідні країни, крім Швейцарії та Австрії, входять до військово-політичного блоку НАТО. Німеччина розташована на перетині найважливіших транзитних шляхів сполучення Європи. Вона має вихід до Північного та Балтійського морів. Країна наближена до важливих мінерально-сировинних баз Європи [2, с. 45-53]

Автомобільна промисловість у Німеччині є одним з найбільших роботодавців у країні, з робочою силою в понад 747,000 робітників (на 2009 рік), що працюють в цій галузі [1, с. 181].

Німеччину вважають місцем «народження» автомобіля. В період існування двох німецьких держав після Другої Світової війни, і до їхнього возз'єднання в 1990 році існували два окремих автопроми, а саме в ФРН, що випускав до 4 мільйонів автомобілів на рік і займав друге місце в світі після США у 1956–1966 роках і третє місце після США і Японії в 1967–1990 роках, та в НДР, що випускав до 0,26 мільйона автомобілів на рік [3, с. 28–30].

Будучи Батьківщиною автомобіля в сучасному розумінні (хоча задовго до цього перші парові локомотиви з'явилися у Франції), німецька автомобільна промисловість розглядається як найбільш конкурентоспроможна та інноваційна у світі, і займає третє місце за виробництвом автомобілів в світі, і четверте за величиною загального виробництва автотранспортних засобів. З річною продуктивністю в майже шість мільйонів і часткою 35,6% Європейського Союзу (на 2008 рік), Німеччина є абсолютним лідером з виробництва авто в Європі починаючи з 1960-х років. Тепер п'ять німецьких компаній і сім марок домінують в автомобільній промисловості в країні:

Volkswagen AG (і дочірні компанії Audi і Porsche), BMW AG, Daimler AG, Adam Opel AG і Ford-Werke GmbH. Майже 6 мільйонів автомобілів виробляється в Німеччині щороку, і близько 5,5 мільйона виробляється за кордоном німецькими брендами. Поряд зі Сполученими Штатами, Китаєм і Японією, Німеччина є одним з 4-ох провідних виробників автомобілів в світі. Volkswagen Group є однією з трьох найбільших автомобільних компаній в світі (поряд з Toyota і General Motors) [4, с. 59-60].

Німецька автомобілебудівна промисловість завжди займала провідні позиції. Машини з Німеччини конкурують із європейською, азіатською та північноамериканською технікою. Незважаючи на високу конкуренцію на ринку, німецькі автомобілі, як і раніше, популярні. Щороку з конвеєрів заводів сходять понад 10 млн авто. Машини німецького виготовлення - це уособлення якості, надійності та елегантності.

Література

1. Барановський, М. О. *Промисловість Німеччини: структура, географія, тенденції розвитку*. – Київ : Науковий світ, 2019. – 212 с.
2. Демченко, О. Г. Економіко-географічні чинники формування та розвитку автомобільної промисловості Європи // *Український географічний журнал*. – 2021. – № 4. – С. 45–53.
3. Кузнєцова, Н. В. Територіальна організація машинобудівного комплексу Німеччини // *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Географія*. – 2020. – № 75. – С. 28–33.
4. Савчук, І. П. Географічні аспекти розвитку промисловості Німеччини у системі європейського господарського простору // *Економічна та соціальна географія*. – 2022. – Вип. 87. – С. 59–67.

Петрунець Сітлана

Науковий керівник: к. пед. н., доцент Юхимець С. Ю.

ОНМУ