

УДК 339.9:518.83

Л.О. НІКІФОРОВА, В.О. ЧОРНИЙ, Т.К. МЕЩЕРЯКОВА

Вінницький національний технічний університет

## УЗГОДЖЕННЯ ІНТЕРЕСІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ВЗАЄМОДІЇ РИНКІВ УКРАЇНИ, АЗЕРБАЙДЖАНУ ТА ТУРЕЧЧИНИ В ГАЛУЗІ АВТОМОБІЛЕБУДУВАННЯ

*Анотація.* В статті проаналізовано перспективи співпраці автомобілебудівної галузі України (насамперед ПАТ «Запорізький автомобілебудівний завод») із Азербайджаном та Туреччиною, як країнами що не підпадають під вплив російської політики; виявлено можливі напрями для розвитку і співробітництва даних суб'єктів, а також розглянуто модель узгодження інтересів учасників співробітництва.

*Ключові слова:* автомобілебудівний комплекс, Україна, Азербайджан, Туреччина, перспективи розвитку, економічна взаємодія, ПАТ «ЗАЗ», конкурентоспроможність, модель, узгодження інтересів.

L.O. Nikiforova, V.O. Chorniy, T.K. Mescheriakova

Vinnytsya national technical university, Ukraine

## RECONCILING THE INTERESTS OF ECONOMIC INTERACTION WITHIN THE MARKETS OF UKRAINE, AZERBAIJAN AND TURKEY FOR AUTOMOTIVE INDUSTRY

*Abstract –* The article considers the prospects of cooperation between the companies of Ukrainian automotive industry (primarily the public company «Zaporizkyi avtomobilebudivnyi zavod») and the same of Azerbaijan and Turkey. These are the countries that both do not fall under the influence of Russian policy and have potential areas for development and cooperation in terms of trade. Apart from this, there have been figured out the models reconciling the interests of all the participants (including Ukraine).

The main problem that remains unsolved in the field of international economic cooperation in Ukraine is the coordination of interests between the economies of Ukraine and the ones of developing countries. Therefore, the work has considered a model of potential players coordination on the automotive market with Ukraine as well as has investigated the transport system and automobile industry in such countries as Azerbaijan and Turkey. There has also been conducted a comparative analysis to identify possible directions of their development. According to the data collected while the research there has appeared an opportunity to evaluate the competitiveness of new cars on the Azerbaijanian and Turkish markets. It has been analyzed the model when barter relations with these countries. In the meantime the results enabled to determine the level of potential cooperation with these countries in the field of automotive industry. So, the data we processed is necessary to keep the import of Ukrainian cars at the constant rate and even higher (because of the import decrease to Russia, Kazakhstan, Egypt after the imposition of economic sanctions by the Russian Federation and pro-Russian countries). If it is possible to manage the economy rightfully, Ukraine will be integrated into the international economic society faster – the one that is gaining in popularity enormously.

The scientific value of the research lies in the fact that there have been proposed a game-theory model for the first time for reconciling the interests of Ukraine, Azerbaijan and Turkey on the automotive market.

*Keywords:* automobile industry, Ukraine, Azerbaijan, Turkey, prospects for development, economic cooperation, PSC "ZAZ", competitiveness, model, reconciling the interests.

### Вступ

За роки незалежності автомобілебудівний комплекс України переживав не найкращі часи, особливо на початку ХХІ сторіччя. Але на сьогодні продукція автомобільної галузі (передовсім «ЗАЗ») має необхідні споживчі характеристики і можливості для досягнення успіху на автомобільному ринку іноземних країн. Вимоги сучасного стану розвитку ринку України та політична та економічна криза, напруженість стосунків з російським ринком вимагають активного пошуку нових ринків збуту для продукції автомобілебудівного комплексу нашої країни, активізує інтенсифікацію міжнародної торгівлі як ефективного каналу покращення її економічного стану. Наслідком цих вкрай негативних факторів є унікальний шанс для України виходу на міжнародні ринки торгівлі високотехнологічної продукції.

### Постановка проблеми

Міжнародна економічна інтеграція набуває у світі все більшого розповсюдження. Вона відбувається на різних рівнях – від узгодженої чи спільної діяльності окремих фірм аж до скоординованого функціонування

економік різних країн. Сучасний розвиток виробництва товарів часто призводить до того, що окрема країна може бути спеціалізованою на випуск окремого товару. Особливо це розповсюджено на рівні розвинених країн. Сьогодні серед країн, що розвиваються, зростає усвідомлення того, що міжнародна економічна інтеграція може бути взаємовигідною. Проте наукові дослідження в цьому напрямку лише починають розвиватися. Тому зазначена тема має високий рівень наукової актуальності та практичної цінності.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій**

Детально механізми економічного зростання та розвитку описані в [1]. Але в даному джерелі основна увага зосереджена на ендогенних механізмах розвитку. В [2,3] проведено аналіз сучасного стану економічних інтеграційних процесів у світі. Основна увага зосереджена на описі форм економічної співпраці, які використовуються сьогодні. Щодо зовнішньополітичних пріоритетів України, то у джерелі [4] подано детальний аналіз стосовно можливості економічної інтеграції із країнами різного рівня розвитку та у різних галузях економіки.

#### **Невирішені частини проблеми**

Основною проблемою, яка залишається невирішеною у сфері міжнародної економічної взаємодії України, є узгодження інтересів при між економіками України та країн, що розвиваються. Дійсно, для торгівлі із розвиненими країнами потрібна наявність експорту у досить великих обсягах. Але продукція України не може поки що мати міцних позицій на світовому ринку, особливо у сфері високих технологій. Разом із тим, на внутрішньому ринку країн, що розвиваються, продукція фірм України та досвід, який у них є у сфері сервісної підтримки продукції, є ще досить конкурентоспроможним.

Одним із таких перспективних напрямків є автомобілебудівна сфера. Україна має досить велику кількість автомобілебудівних підприємств та досить розвинену систему їх сервісного обслуговування. Наприклад, ЗАТ «Запорізький автомобілебудівний завод» є одним із кращих виробників автомобільної продукції в Україні. Також він має досвід співпраці з такими країнами як Росія, Казахстан, Туркменістан, Єгипет. Для України ж перспективним є напрямок співпраці із країнами, які мають великі запаси енергоносіїв, – передовсім газу та не підпадають під проросійський вплив. З огляду на визначені ключові позиції перспективної співпраці такими країнами є Азербайджан, як країна з потенційно великими запасами енергоносіїв, та Туреччина, як країна, що входить до європейської асоціації та з огляду на її близьке територіальне розташування.

#### **Мета дослідження**

Метою дослідження є вивчення перспектив співпраці автомобілебудівної галузі України (насамперед ПАТ «Запорізького автомобілебудівного заводу») із Азербайджаном та Туреччиною, можливих напрямків для розвитку і співробітництва даних суб'єктів, а також побудова загальної теоретико-ігрової моделі узгодження інтересів учасників співробітництва.

#### **Основні результати дослідження**

*1. Порівняльна характеристика транспортної системи та автомобілебудівної галузі Азербайджану та Туреччини.* Автомобільний транспорт є одним із найважливіших транспортних засобів в Азербайджані та Туреччині, тому транспортна система є важливим напрямком розвитку економіки цих країн та успішної їх інтеграції в світове господарство. У зв'язку з цим за роки незалежного розвитку в даних країнах створена досить міцна основа з формування розвиненої транспортної інфраструктури, що має важливе міжнародне значення. Дані країни взяли курс на формування міжнародних транспортних коридорів, для чого важливе значення має автомобільний та авіаційний транспорт [5, 6].

Структура перевезень вантажів (рис. 1,3) та пасажирів (рис. 2,4) переконливо свідчить, що автомобільний транспорт є основним транспортним каналом у Азербайджані [5] та Туреччині [6]. Проводячи аналіз сучасного стану автомобілебудівної галузі Азербайджану слід зауважити, що у 2004-2005 роках на базі Гянджинського автозаводу було започатковане великовузлове складання російських малолітражок Ока і декількох моделей позашляховиків Ульяновського автомобільного заводу. Однак через кілька років, в силу об'єктивних причин, ці проекти були згорнуті [5]. Куди більш успішним проект, який реалізовується вже більше п'яти років, по збірці в Шемахе легкових автомобілів AZsamand, комплектуючі та вузли до яких надходять з Ірану і частково з Франції. В 2011 році в Нахічеванській автономній республіці Азербайджану відкрито сучасний автомобі-

льний завод – NAZ, де спільно з провідною китайською автомобільною корпорацією Chongqing Lifan Industry Group Imp. & Exp. Co., Ltd. Lifan складаються автомобілі декількох модифікацій, середня ціна яких коливається в межах 14000-16000 \$, але повного циклу виробництва немає.

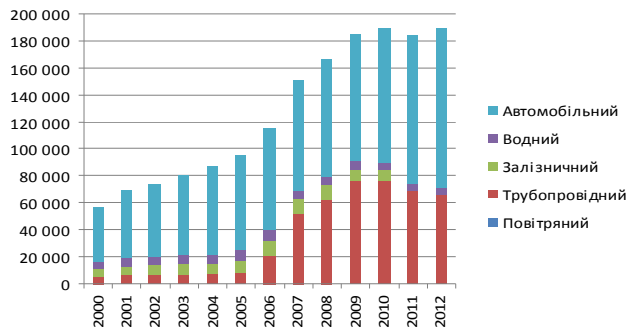


Рис. 1. Структура перевезення вантажів у Азербайджані за видами транспорту в 2000-2012 рр., тисяч тонн (за матеріалами [5])

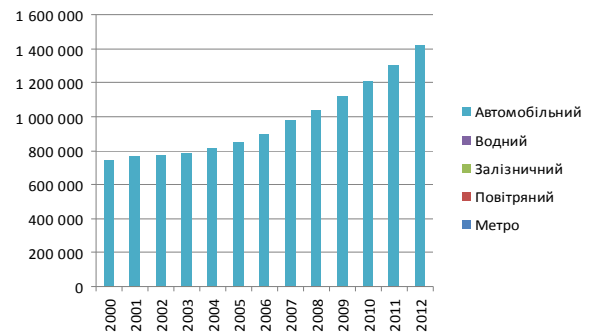


Рис. 2. Структура перевезень пасажирів у Азербайджані за видами транспорту в 2000-2012 рр., тисяч чоловік (за матеріалами [5])

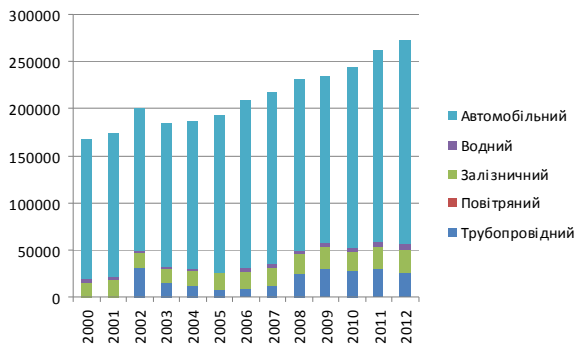


Рис. 3. Структура перевезення вантажів в Туреччині за видами транспорту в 2000-2012 рр., тисяч тонн (за матеріалами [6])

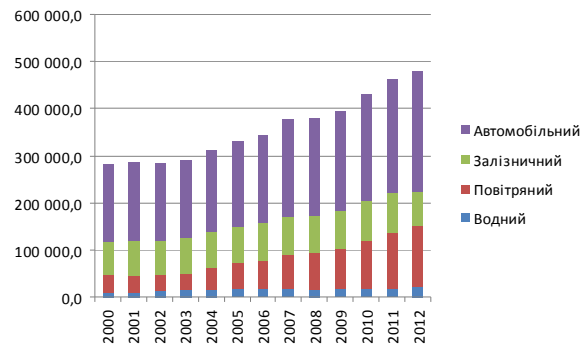


Рис. 4. Структура перевезень пасажирів в Туреччині за видами транспорту в 2000-2012 рр., тисяч чоловік (за матеріалами [6])

Автомобільний ринок Туреччини складається з таких моделей Fiat, Renault, Audi, BMW, Cadillac, Chevrolet, Chrysler, Daihatsu, Dodge, Ford, Honda, Hyundai, Infiniti, Jeep, Lexus, Lincoln, Mazda, Mercedes-Benz, Mitsubishi, Nissan, Opel, Peugeot, Toyota, Volkswagen та деякі інші (представлені в значно меншій кількості). Середня ціна на авто на ринку Туреччини складає близько 20000 \$. Флагманом турецького автомобілебудування є компанія BMC [6]. На сьогодні це підприємство, засноване в 1964 році, є основним автомобільним заводом країни і входить до складу однієї з найбільших державної промислової групи Sukuova Holding основним продуктом якого є вантажівки та автобуси. Спочатку авто збиралися з імпортованих комплектуючих, Туреччина могла надати для автомобільної галузі лише покришки, сидіння і акумулятори, та сьогодні на турецьких підприємствах випускається значна частина комплектуючих для автомобілебудування, в тому числі налагоджено виробництво складних деталей, але повного циклу виробництва не має.

Оскільки ПАТ «Запорізький автомобілебудівний завод» (ПАТ «ЗАЗ») – єдине в Україні підприємство, що має повний цикл виробництва легкових автомобілів, який включає штампування, зварювання, фарбування, обладнання кузова і складання автомобіля, на підприємстві створено і постійно удосконалюється якісно нове сучасне високотехнологічне виробництво [7]. Пріоритетами ПАТ «ЗАЗ» є постійне прагнення удосконалювати власну продукцію, робота над впровадженням нових ідей і розширення модельного ряду автомобілів. Підприємство виготовляє легкові автомобілі, вантажні автомобілі і автобуси. Високий рівень технічного забезпечення виробництва став основою для плідної співпраці ПАТ «ЗАЗ» з лідерами світового автомобілебудування: Adam

Opel, Daimler AG, GM DAT, BA3, TATA, Chery, KIA. Виробництво орієнтоване в основному на споживачів автомобілів класу С (найбільш швидкозростаючого сегменту ринку) [7]. Оскільки дана компанія постачає свою продукцію на ринки Азербайджану, Казахстану та Єгипту то дана продукція не буде мати проблем при роботі у такій кліматичній зоні.

Ще однією перевагою продукції компанії ЗАЗ є те, що середня ціна на її продукцію у 2013 році становила 10 000 \$, а з огляду на зміцнення позицій долара на українському ринку, яке спостерігається останні декілька місяців, середня ціна на продукцію підприємства, завдяки повному виробничому циклу компанії ЗАЗ, може бути знижена від 15% до 40%, і коливатися в межах від 6000 \$ до 8500 \$, в той час як середня ціна на легкові автомобілі в Азербайджані та Туреччині від 15000 до 25 000 \$. Тобто навіть при різних націнках за експорт ціна на автомобілі даної компанії буде нижчою за автомобілі з аналогічними характеристиками інших виробників, які продаються в Азербайджані та Туреччині.

Отже, порівнюючи автомобільний ринок Азербайджану та Туреччини і продукцію ПАТ «Запорізький автомобілебудівний завод» можна зробити висновок, що постачання продукції ПАТ «ЗАЗ» в даних країнах буде вигідною співпрацею.

2. *Оцінка конкурентоспроможності нових автомобілів на ринку Азербайджану та Туреччини.* Аналіз попиту на інноваційну продукцію – один із найважливіших напрямків у діяльності організацій [9]. В даному випадку в якості інновації буде поява на автомобільному ринку Азербайджану та Туреччини продукції «ЗАЗ» та розгортання нової для цієї країни системи сервісних послуг.

В умовах ринкової економіки аналіз попиту на інноваційну продукцію має першорядне значення. Він проводиться у таких напрямках [8]:

- аналіз потреби в нововведенні, що випускається, чи в новій послугі;
- аналіз попиту на нововведення і пов'язані з ним послуги і впливу на них різних факторів;
- аналіз впливу попиту на результати діяльності підприємства;
- визначення максимальної можливості збуту й обґрунтування плану збуту з урахуванням вирішення перших трьох завдань, а також виробничих можливостей фірми.

Особливості розвитку нововведень і їхні різновиди багато в чому визначають специфіку аналізу попиту на них у кожному конкретному випадку. Насамперед необхідно уточнити, до яких нововведень – базисних чи удосконалених – відноситься продукція, попит на яку підлягає вивченню. Таку ідентифікацію можна здійснити двома способами.

По-перше, за допомогою побудови кривих життєвих циклів продукції на основі даних про обсяги тривалості її чи пропозиції збуту на ринку. Якщо циклічна хвиля укладається в більш високу і термін життя продукції невеликий відносно «великої» хвилі, йдеться про еволюційні чи часткові нововведення.

По-друге, підприємство, що виробляє інноваційну продукцію, має провести порівняльний аналіз параметрів раніше виробленої і нової продукції за певною схемою. При цьому виявляються [7, 8]:

- наявність у конструктивній розробці нового виробу в порівнянні зі старим, принципово інших підходів, наприклад, не відомих раніше законів і закономірностей;
- кількість нових деталей, вузлів у виробі чи операцій у технології;
- додаткова сума витрат на зміну виробу і її частка у витратах на новий виріб.

Конкурентна боротьба між суб'єктами господарювання примушує їх до поліпшення своєї діяльності, що можливо тільки за умови систематичних нововведень як у виробничий процес з метою удосконалення способу виготовлення продукції, так і в саму продукцію, з метою її модифікації, поліпшення дизайну, додання нових властивостей, експлуатаційних характеристик. Усі ці нововведення можуть забезпечити підприємству переваги над конкурентами [7, 8].

Для виявлення перспектив просування продукції ПАТ «ЗАЗ» на автомобільні ринки Азербайджану та Туреччини були проведені спеціальні маркетингове дослідження. В якості респондентів були вибрані студенти із різних країн світу, які навчаються у вищих навчальних закладах м. Вінниці (передовсім у Вінницькому наці-

ональному технічному університеті та у Вінницькому національному медичному університеті), в тому числі студенти із Азербайджану та Туреччини. Результати опитування виявили наступне:

1. нова продукція (у нашому випадку автомобілі) буде користуватися попитом, адже, зі слів респондентів, легкові автомобілі є дуже популярними у даних країнах;
2. середній дохід населення не буде перешкодою при купівлі автомобіля, тобто в середньому кожний житель зможе придбати автомобіль компанії ПАТ «ЗАЗ», адже за даними Всесвітнього банку [10] ВНД на душу населення у 2012 рік в Азербайджані склав 14860 \$, в Туреччині – 18390 \$, для порівняння в Україні – 8340 \$.
3. в питанні вибору між новою продукцією і тією, що вже існує на ринку автомобілів населення надасть перевагу новій, яка буде значно доступніша і має такі ж якісні характеристики, як і продукція відомих автомобільних брендів, яка є на декілька порядків дорожчою.

3. *Загальна теоретико-ігрова модель узгодження інтересів економічної взаємодії гравців на ринку автомобілебудування.* Для оцінки розробленої теоретико-ігрової моделі використаємо такі інструменти теорії ігор як рівновага Неша, оптимум по Паретто та рівновага Штакельберга.

*Рівновага Неша (РН).* Однією із найчастіше використовуваних концепцій є рівновага Неша. Вектор  $y^N = \{y_1^N, y_2^N, \dots, y_n^N\}$  називається рівновагою Неша для даної гри [11], якщо

$$\forall i \in I, \forall y_i \in A_i \quad f_i(y_i^N, y_{-i}^N) \geq f_i(y_i, y_{-i}^N), \quad (1)$$

Інакше кажучи, нікому із гравців не вигідно змінювати свою стратегію, за умови, що інші гравці не будуть змінювати своїх стратегій. Слід зазначити, що використання концепції рівноваги Неша вимагає введення наступної гіпотези: гравці не можуть домовитися і піти із цієї точки спільно. Також слід зауважити, що в ході теоретико-ігрової гри може спостерігатися декілька рівноваг Неша, в залежності від обраних гравцями стратегій із різними кількісними вигодами гравців.

*Парето-оптимумом (ОП).* Вектор стратегій  $y^p$  називається Парето-оптимальним (ефективним), якщо не існує іншої ситуації, у якій всі гравці виграють не менше і хоча б один гравець виграє більше [11], тобто

$$\forall y \in A \quad \exists i \in I : f_i(y) < f_i(y^p), \quad (3)$$

Крім ігор, Парето-оптимальні ситуації виникають при оцінюванні того ж самого об'єкта за різними критеріями. Тоді множина Парето складається із таких точок (векторів оцінок альтернатив), для яких неможна поліпшити оцінку альтернативи хоча б за одним критерієм, не погіршивши її за іншим критерієм.

*Рівновага Штакельберга (РШ).* Рівновагою Штакельберга з гравцем, який має номер 1, називається така сукупність стратегій всіх інших гравців, коли перший гравець (лідер) з урахуванням цілей інших гравців прогнозує рівновагу Неша, яка буде складатися між ними після його ходу, і відповідно до цього оптимізує свою стратегію [11]. Інші ж гравці вибирають стратегію відповідно до його прогнозу.

Загальний вигляд теоретико-ігрової моделі узгодження інтересів економічної взаємодії гравців на ринку автомобілебудування представлено на рис. 5. Отже, розглянемо двох гравців – Україну і Азербайджан або Україну і Туреччину. І для першого, і для другого випадку розроблена модель є коректною, так як вона є універсальною [11]. В розробленій теоретико-ігровій моделі має значення хто з гравців робить перший крок, тобто яка з країн першою пропонує співпрацю, так як на момент початку гри така країна вже несе попередні матеріальні затрати пов'язані з маркетинговими дослідженнями та аналізом ринку потенційної каїни-партнера. Проаналізуємо ситуацію, коли Україна робить перший крок і пропонує стратегію «разом». Другий гравець, в даному випадку Азербайджан або Туреччина, мають на вибір дві стратегії: або вони приймають пропозицію про співпрацю – стратегія «разом», або відхиляють її – стратегія «окремо». В першому випадку ми маємо позитивні виграші для обох гравців ( $\delta_j, \varphi_i$ ) та спостерігаємо співпадіння усіх трьох вищенаведених концепцій, що доводить правильність вибору стратегії і ефективність взаємної співпраці. У другому випадку спостерігається умовна нульова вигода для гравця, що робить другий крок (умовна, тому що він по факту він має недоотриманий прибуток від можливої співпраці) і понесені збитки для гравця, що робить перший крок ( $-\delta$ ), в які перетворюються попередні матеріальні затрати пов'язані з маркетинговими дослідженнями та аналізом ринку потенційної каїни-партнера. У випадку, коли і перший, і другий гравці обирають стратегію «окремо», тобто не розглядаєть-

ся співпраця жодною із країн, то ми маємо умовні нульові вигоди, що, як видно із моделі, є також рівновагою Неша, так як є розумним варіантом при виборі стратегії «окремо», але не найкращим варіантом із можливих, що підтверджується Парето-оптимумом та Рівновагою Штакельберга [11].

		2 гравець	
		«разом»	«окремо»
1 гравець	стратегії	<i>РН, ОП, РШ</i>	<i>φ<sub>i</sub></i>
	«разом»	<i>δ<sub>i</sub></i>	<i>-δ<sub>i</sub></i>
	«окремо»	0	<i>РН</i>
			<u>0</u>

Рис. 5. Теоретико-ігрова модель узгодження інтересів економічної взаємодії гравців на ринку автомобілебудування

Результати, представлені на рис. 5 доводять, що за умови перспективної співпраці гравців в галузі автомобілебудування, раціональний гравець буде вибирати стратегію «разом», що принесе вигрaші як першому, так і другому гравцю, обчислити які можна, виходячи із формул (4) та (5):

$$\delta_j = f(ПС_j; \Delta ВНД_j; НТ_j), \quad (4)$$

$$\varphi_i = f(ПС_i; \Delta ВНД_i; НТ_i), \quad (5)$$

де  $\delta_j$ ,  $\varphi_i$  – вигрaші відповідно першого та другого гравців;

$j, i$  – ідентифікатори відповідно першого і другого гравців;

*ПС* – політична ситуація в країні;

*ΔВНД* – приріст ВНД на душу населення в країні;

*НТ* – розвиток новітніх технологій в країні.

Слід також зауважити, що для гравця, який буде робити перший крок величина отриманого вигрaшу, за умови вибору обома гравцями стратегії «разом», коригується на величину  $-\delta$ .

#### Висновки

В статті було проаналізовано перспективи співпраці автомобілебудівної галузі України, насамперед ПАТ «Запорізького автомобілебудівного заводу», із Туркменістаном, можливі напрями розвитку і співробітництва даних економічних суб'єктів, а також проаналізовано узгодження інтересів учасників співробітництва.

На основі проведеного аналізу щодо перспектив економічної взаємодії України із Азербайджаном та Туреччиною в автомобілебудівній галузі можна зробити наступні висновки:

По-перше, продукція ПАТ «ЗАЗ» має необхідні споживчі характеристики і можливості для досягнення успіху на автомобільних ринках Азербайджану та Туреччини.

По-друге, результати аналізу проведеного маркетингового дослідження засвідчило, що громадяни Туркменістану позитивно ставляться до можливості придбати автомобілі із України, так що нова автомобільна продукція буде користуватися попитом.

По-третє, економічне співробітництво ПАТ «Запорізького автомобілебудівного заводу» із Азербайджаном та Туреччиною є вигідним та корисним для всіх учасників економічної співпраці.

По-четверте, розроблено загальну теоретико-ігрову модель узгодження інтересів учасників співробітництва на ринку автомобілебудування та на її основі доведено доцільність такої співпраці за допомогою рівноваги Штакельберга, оптимуму по Паретто та рівноваги Неша.

Щодо подальших перспектив дослідження, то доцільно в подальших роботах на основі розробленої загальної теоретико-ігрової моделі узгодження інтересів учасників співробітництва розробити модель механізму узгодження інтересів учасників співробітництва між Україною та потенційними партнерами з використанням функції корисності [12].

Дякуємо к.ф.-м.н., доц. Шияну А.А. за корисні обговорення.

## Література

1. Acemoglu D. Introduction to Modern Economic Growth. – Princeton: Princeton University Press, 2009. – 1072 p.
2. Чернега О. Б. Міжнародна економічна діяльність України. – Львів: «Магнолія», 2012. – 544 с.
3. Суэтин А.А. Мировая экономика. Международные экономические отношения. Глобалистика. – М. : КНОРУЧС, 2008. – 320 с.
4. Зовнішньополітичні пріоритети України на Євро-Азійському просторі в контексті позаблокової політики. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/527/>
5. Azərbaycan Respublikasının Dövlət Statistika Komitəsi. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.stat.gov.az>
6. Turkish Statistical Institute. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.turkstat.gov.tr/Start.do>
7. ЗАЗ сьогодні. Офіційний сайт компанії. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.avtozaz.com/ua/about/company>
8. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент. – Суми : Університетська книга, 2010. – 334 с.
9. Нікіфорова Л.О. Оптимізація маркетингової діяльності у сфері «business to business» / Л.О. Нікіфорова, Т.К. Мещерякова, Р.В. Ковтун // Вісник Хмельницького національного університету – Хмельницький: ХНУ, 2013 – № 2, С. 46 – 49.
10. ВНД по паритету цін. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GNP.PCAP.PP.CD>
11. Шиян А.А. Управління розвитком соціально-економічних систем. Теорія ігор: основи та застосування в економіці та менеджменті: Навчальний посібник. – Вінниця: ВНТУ, 2010. – 162 с.
12. Журко Т.О. Механізми управління функціями корисності інвестора та підприємства в машинобудуванні / Т.О. Журко, Л.О. Нікіфорова, А.А. Шиян // Вісник національного університету «Львівська політехніка». Логістика – Львів, 2010. – № 690 – С. 260-264.

## References

1. Acemoglu D. Introduction to Modern Economic Growth, Princeton: Princeton University Press, 2009, 1072 p.
2. Chernega O. B. Mizhnarodna ekonomichna diialnist Ukrainy, Lviv: «Magnoliia», 2012, 544 p.
3. Suetyn A.A. Mirovaia ekonomika. Mezhdunarodnye ekonomicheskiye otnosheniya. Globalistyka, M.: KNORUCHS, 2008, 320 p.
4. Zovnishnopolitychni priorytety Ukrainy na Yevro-Aziiskomu prostori v konteksti pozablokovoї polityky. [Online], available at: <http://www.niss.gov.ua/articles/527/> (Accessed 2 Nov 2013).
5. Derzhavnyi komitet statystyky respubliky Azerbaidzhan. [Online], available at: <http://www.stat.gov.az/> (Accessed 05 Apr 2014).
6. Turkish Statistical Institute. [Online], available at: <http://www.turkstat.gov.tr/Start.do> (Accessed 03 Apr 2014).
7. ZAZ sohodni. Ofitsiyni sait kompanii. [Online], available at: <http://www.avtozaz.com/ua/about/company> (Accessed 03 May 2014).
8. Illiashenko S.M. Innovatsiyni menedzhment, Sumy: Universytetska knyha, 2010, 334 p..
9. Nikiforova L.O., Meshcheriakova T.K., Kovtun R.V. Optyimizatsiia marketynhovoї diialnosti u sferi «business to business», *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, 2013, No. 2, p.p. 46–49.
10. VND po parytetu tsin. [Online], available at: <http://data.worldbank.org/indicator/NY.GNP.PCAP.PP.CD> (Accessed 25 Oct 2013).
11. A.A. Shiyaniy Upravlinnia rozvytkom sotsialno-ekonomichnykh system. Teoriia ihor: osnovy ta zastosuvannya v ekonomitsi ta menedzh-menti: Navchalnyi posibnyk, Vinnytsia: VNTU, 2010, 162 p.
12. Zhurko T.O., Nikiforova L.O., Shiyaniy A.A. Mekhanizmy upravlinnia funktsiiamy korysnosti investora ta pidpriemstva v mashynobuduvanni, *Visnyk natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika»*. *Lohistyka*, 2010, No. 690 – p.p. 260–264.

Надіслана/Written: 05.06.2014 p.

Надійшла/Received:

Рецензент: д. е. н., проф., зав. каф. ПМЕН ІнМ ВНТУ Мороз О.О.