Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

Факультет міжнародних відносин, політології та соціології

Кафедра світового господарства і міжнародних економічних відносин

**Дипломна робота**

бакалавр

 (освітньо-кваліфікаційний рівень)

на тему: **Альтернативні інвестиційні стратегії провідних автомобільних компаній світу**

on the theme: **Alternative Investment Strategies of the World’s Leading Automobile Companies**

 Виконав: студент 4 курсу

 денної форми навчання

 напряму підготовки

 6.030203 Міжнародні економічні відносини

 (шифр і назва напряму підготовки, спеціальності)

 Цевелєв Ілля Глібович

 (прізвище та ініціали)

Керівник Ніколаєв Ю.О.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (прізвище та ініціали) (підпис)

 Рецензент Крючкова Н.М.

 (прізвище та ініціали)

Рекомендовано до захисту: Захищено на засіданні ЕК №\_\_

Протокол засідання кафедри протокол №\_\_\_від «\_\_\_»\_\_\_\_\_р.

№ 10 від «06» червня 2018 р. Оцінка\_\_\_\_\_ /\_\_\_\_\_\_\_\_/\_\_\_\_\_\_\_\_

Завідувач кафедри (за національною шкалою, за шкалою ЕСТS, бали)

\_\_\_\_\_\_\_\_проф. Якубовський С.О. Голова ЕК проф. Степанов В.М.

 (підпис) (прізвище,ініціали) \_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (підпис) (прізвище, ініціали)

Одеса – 2018

# ЗМІСТ

|  |  |
| --- | --- |
| ВСТУПРОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ КОРПОРАТИВНИХ СТРАТЕГІЙ ТНК.1.1. Теорії стратегій інвестування.1.2. Особливості альтернативних інвестиційних стратегій ТНК.1.3. Методологічні підходи до вибору стратегії інвестування.РОЗДІЛ 2. ІНВЕСТИЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ ТНК НА ПРИКЛАДІ АВТОМОБІЛЬНОГО РИНКУ.2.1. Сучасні тренди розвитку світового автомобільного ринку.2.2. Корпоративні інвестиційні стратегії найбільших автомобільних компаній.2.3. Фактори, що впливають на вибір стратегії іноземного інвестування автомобільних ТНК.РОЗДІЛ 3. ВПЛИВ ЗОВНІШНЬОГО МАКРОЕКОНОМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА НА ВИБІР КОРПОРАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ В УКРАЇНІ.3.1. Заходи державного регулювання в сфері автомобілебудування та імпорту автомобілів в Україні.3.2. Вплив зміни валютних курсів на обсяги продажу легкових автомобілів на прикладі України.3.3. Макроекономічні наслідки діяльності закордонних автомобільних ТНК для української економіки.ВИСНОВКИ.СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.  | 377162430303339444446505658 |

# ВСТУП

Глобалізація, прискоривши процес інтеграції національних ринків, створила для більшості компаній якісно нові умови ведення бізнесу, важливою відмітною рисою яких стало значне зростання міжнародних потоків капіталу, коли капітал перетікає не так між галузями всередині країни, скільки між самими країнами. В даний час управління цими потоками стало найважливішою частиною стратегій інвестування і одним з головних чинників міжнародної конкурентоспроможності компанії. Сьогодні компанії стикаються з необхідністю розробки стратегії, яка давала б їм можливість ефективно конкурувати в боротьбі за ринки збуту. Найбільш детально цю актуальну тему можна проаналізувати на прикладі провідних автомобільних компаній світу, які застосовують різні стратегії іноземного інвестування на ринках в залежності від певних чинників. Під альтернативними інвестиційними стратегіями розуміються три основні стратегії: greenfield-інвестиції; створення стратегічних альянсів; злиття і поглинання.

У даній роботі стратегії транснаціональних корпорацій (ТНК) розглядаються на ринку легкових автомобілів, на який припадає близько 74% загального виробництва транспортних засобів в світі [1].

Актуальність даної теми багато в чому пояснюється різким зростанням в останні роки ступеня транснаціональної інтеграції автомобільних ТНК. Крім того, в даний час в світовій економіці відбуваються зміни, які справляють безпосередній вплив на автомобільні компанії.

У зв’язку з цим ми порахували, що вибір в якості окремих об’єктів дослідження найбільших світових автомобільних корпорацій, що потрапили до списку Форбс-2017, забезпечить проведення максимально значимого і цікавого аналізу використання різних міжнародних інвестиційних стратегій в даній галузі. Критерієм вибору об’єкта аналізу також є те, що саме найбільші ТНК автомобільної галузі представлені в багатьох країнах, їх продукція реалізується по всьому світу, фірми виступають активними учасниками ринку злиттів і поглинань, а їх інвестиційні стратегії, в цілому, становлять особливий інтерес для дослідження.

Теоретичною і методологічною основою дослідження слугують праці вітчизняних і зарубіжних вчених в галузі світової економіки, фінансів і менеджменту. У дослідженні використані роботи таких вчених: Бешель Б., Брассінгтон Ф., Боді З., Бруно М., Гріффін Р., Когут Б., Коллінс Дж., Куржевська Н., Лучко М., Мейер К.Є., Мертон Р., Михайлов Д.М., Пасти М., Петтітт С., Писано В., Портер М., Рід С., Рут Ф., Стрікленд А. Дж., Томпсон А.А., Френсіс Б., Хіт. М., Холенсен С., Хендон М., Шімокава К., Штургейн Т., Шумітцу К., Естрін С. та інших.

Вітчизняні та зарубіжні дослідники вивчали інвестиційні стратегії компаній в різних галузях і регіонах, охоплюючи як теоретичні, так і практичні аспекти. Серед основних авторів робіт за тематикою інвестиційних стратегій можна виділити наступних: Галпін Т. Д., Гохан П.А., Гріффін Р., Портер М., Лажу А. Р., Рід С. Дані дослідження, як правило, охоплюють насамперед загальні для всіх країн і галузей характеристики стратегій інвестування. Наше дипломне дослідження багато в чому спирається на їхні праці, однак ставить перед собою завдання використовувати в предметному аспекті безпосередньо автомобільні транснаціональні корпорації з кількох регіонів світу. У той же час, українського ринку в контексті даної проблематики було приділено недостатню увагу, - ось чому ми розглядаємо національні особливості автомобільного ринку в питанні використання альтернативних інвестиційних стратегій.

Наше дипломне дослідження також враховує роботи авторів, які вивчали фактори вибору тієї чи іншої стратегії інвестування: Кох А., Рут Ф.Р., Пульхєва А., Вайден П. Вищеназвані автори ставлять перед собою мету проаналізувати і вибрати універсальні чинники вибору інвестиційної стратегії для компаній з різних галузей; при цьому фактично відсутні дослідження, які б проводили цільовий аналіз чинників вибору альтернативних стратегій стосовно автомобільної галузі з урахуванням діючої специфіки.

До основних статистичних і фактологічних джерел, які було покладено в основу ключових аналітичних викладок, відносяться: законодавчі та нормативні акти України; бази даних ACEA (Європейської організації автомобільних виробників), OICA (Міжнародної організації автомобільних виробників), ОЕСР (Організації економічного співробітництва і розвитку), ЮНКТАД (Конференції ООН з торгівлі та розвитку); статистичні дані «Бюро Ван Дайк» (Bureau Van Dijk) щодо угод зі злиттів і поглинань, а також звіти компаній КПМГ, «ЕйчЕсБіСі» (HSBC), Делойт; дані міжнародної та вітчизняної статистики; інформація з сайтів автомобільних компаній і т.д.

Метою дослідження є виявлення та теоретико-методологічне обгрунтування особливостей корпоративних стратегій іноземного інвестування та механізму їх вибору.

Серед завдань, поставлених для досягнення мети дослідження, ми виділяємо наступні:

1. Систематизувати альтернативні інвестиційні стратегії ТНК і виявити фактори, які впливають на вибір тієї чи іншої стратегії: інвестиції в створення філій і локальних виробничих потужностей з нуля («greenfield»-інвестиції); створення стратегічних альянсів; злиття і поглинання.

2. Визначити особливості та основні проблеми розвитку автомобільної галузі на початку ХХI століття, а також конкурентні позиції найбільших компаній-автовиробників з США, Європи та Азії на світовому ринку.

3. Виявити особливості інвестиційних стратегій ТНК в автомобільній галузі.

4. Проаналізувати фактори, що впливають на вибір корпоративної інвестиційної стратегії найбільших компаній автомобільного сектора.

5. Розглянути макроекономічні ефекти державного регулювання в сфері автомобілебудування і імпорту легкових автомобілів в Україні, в тому числі, розглянути зміни в рівні локалізації автомобільного виробництва в Україні.

6. Проаналізувати вплив зміни валютного курсу на продажі автомобілів на прикладі українського ринку.

7. Оцінити позитивні і негативні ефекти діяльності іноземних автомобільних ТНК на українську економіку.

Об’єктом дослідження виступають транснаціональні компанії з автомобільного сектора, які прагнуть реалізувати стратегію виходу і закріплення на закордонних ринках.

Предметом дослідження є альтернативні стратегії іноземного інвестування автомобільних ТНК: greenfield-інвестиції; стратегічні альянси; угоди щодо злиттів і поглинань.

В ході роботи застосовуються такі методи дослідження: регресійний аналіз, індукція, дедукція, аналіз і синтез, порівняння, групування, графічний метод.

# ВИСНОВКИ

В результаті проведенного дипломного дослідження, ми прийшли до наступних основних висновків.

1. Інвестиційні стратегії автомобільних ТНК, що використовуються при виході на ринки різних країн, включають в себе «greenfield»-інвестиції, стратегічні альянси (зокрема спільні підприємства) і угоди щодо злиттів і поглинань. Конкретна стратегія вибирається в залежності від аналізу зовнішніх і внутрішніх факторів вибору шляху інтеграції. Згідно з проведеним аналізом чинників, найбільш важливими внутрішніми факторами, що впливають на прийняття рішення про вибір стратегії інвестування, виступають розмір компанії і її ставлення до ризиків. Великі компанії, готові брати на себе ризики, вибирають між стратегіями «greenfield»-інвестування та злиттями й поглинаннями; в той час як менші компанії, не схильні до ризику, вибирають спільне підприємництво. Вибір між першими двома стратегіями пов’язаний з наявністю потенційної мети у вигляді злиття або поглинання, а також доцільністю з точки зору компанії-інвестора.

2. Що стосується основних тенденцій в автомобільній галузі, то найважливішими з них виступають: проблема перевиробництва, посилення важливості для споживачів екологічної політики компаній, а також розвиток альтернативних видів палива.

3. При більш детальному розгляді стратегій на прикладі автомобільного ринку було виявлено, що провідні ТНК з автомобільної галузі активно використовують різні стратегії іноземного інвестування, що, як правило, залежить більшою мірою від ресурсів і можливостей компанії, а також поставлених фінансових і стратегічних цілей.

4. На українському ринку автомобільні ТНК спочатку вдавалися до реалізації автомобілів своїх брендів за допомогою експорту, контроль над яким проводився через їх представництва в Україні. Цієї тактики досі дотримуються такі компанії як «Даймлер» і «Хонда Мотор». Решта, переконавшись у високому потенціалі українського ринку, почали використовувати різні інвестиційні стратегії і їх комбінації.

5. Основні фактори, що впливають на формат ведення бізнесу і вибір стратегії проникнення на ринок, – це чинники зміни державного регулювання (закон про промислове складання, рівень локалізації, зміна митних зборів, введення утилізаційного збору) і макроекономічні показники локальної економіки, зокрема, рівень валютного ризику на локальному ринку, який компанії готові брати на себе і який виражається в рівні волатильності курсу місцевої валюти.

6. Зміна курсу валюти впливає на обсяг продажів автомобілів і є важливим фактором, що впливає на вибір стратегії найбільших ТНК. Приклад українського ринку показово ілюструє ситуацію, коли гривня дешевшає, і подорожчання автомобілів середнього цінового сегмента в національній валюті робить негативний вплив на динаміку продажів.

7. Діяльність зарубіжних ТНК, в свою чергу, значно впливає на економіку країни-реципієнта, при цьому ефект не у всіх аспектах простежується однозначно. Наявність позитивних наслідків діяльності ТНК на ринках інших країн забезпечується, в основному, в період стабільного розвитку економіки, а негативні ефекти виникають внаслідок погіршення соціально-економічної і політичної обстановки в регіоні. Що стосується України, розвиток транснаціональних компаній забезпечує ряд позитивних ефектів: збільшення пропозиції на ринку, розвиток виробничого та управлінського потенціалу галузі, зростання зайнятості та якісне поліпшення продуктової лінійки.

# СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Worldometers. Cars. Real time world statistics. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.worldometers.info/cars/
2. Kogut B. Research notes and communications. A note on global strategies // Strategic Management Journal. – 2017. – Vol. 10. – P. 18. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/smj.4250100407
3. Shimizu K., Hitt M. A., Vaidyanath D., Pisano V. Theoretical foundations of cross-border mergers and acquisitions: A review of current research and recommendations for the future // Journal of International Management, 2006. – Vol. 10. – P. 11. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://keio.pure.elsevier.com/en/publications/theoretical-foundations-of-cross-border-mergers-and-acquisitions-
4. Andersen O. Internationalization and market entry mode: a review of theories and conceptual framework.// Management International Review. – Vol. 37. – 2016. – P. 27 – 42. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.jstor.org/stable/40228431?seq=1#page\_scan\_tab\_contents
5. Wang A. The Choice of Market Entry Mode: Cross-Border M&A or Greenfield Investment // International Journal of Business and Management. – Vol. 4. – No. 5. – 2016. – P.239 – 245 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://scholar.google.com.ua/scholar\_url?url=http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijbm/article/download/1778/1691&hl=uk&sa=X&scisig=AAGBfm2p5B1Iip6UstgLC76plg2gzJyjOg&nossl=1&oi=scholarr&ved=0ahUKEwighYr23YDaAhUH1ywKHRWoDBsQgAMIJigAMAA
6. Serrat Olivier. Learning in Strategic Alliances. // Knowledge Solutions. – Springer, Singapore. – 2017. – P. 639 – 647. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-10-0983-9\_71
7. Killing P. Maximizing a New Strategic Alliance // Qfinance. – Р. 1 – 4 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.financepractitioner.com/contentFiles/QF02/g26fs3i7/16/0/maximizing-a-new-strategic-alliance.pdf
8. Estrin S., Meyer K.E. Investment Strategies in Emerging Markets. – Northampton, MA: Edward Elgar, 2016. – 384 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.e-elgar.com/shop/investment-strategies-in-emerging-markets?\_\_\_website=uk\_warehouse
9. Стратегические альянсы. Классика. Harvard Business Review. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2015. – 244 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://bizbook.ua/ekonomicheskaya\_literatura/menedgment/strategicheskiy\_menedgment/33343
10. Боди З., Мертон Р. Финансы. – М.: Вильямс, 2015. – 347 c. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.twirpx.com/file/259987/
11. Huyghebaert N., Luypaert M. Antecedents of growing through mergers and acquisitions: Empirical results from Belgium // Journal of Business Research. – 2017. – Volume 63. – Issue 4. – P.392-403 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296309001659
12. Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов: Пер. с англ. – М.: Олимп-Бизнес, 2016. – 1008 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://vavtcaseclub.nethouse.ru/static/doc/0000/0000/0199/199143.ov1e13kss3.pdf
13. Koch J.Adam. Factors influencing market and entry mode selection: developing the MEMS // Marketing Intelligence & Planning. – 2017. – No 19/5. – P. 351-361. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pdfs.semanticscholar.org/ed10/e5518dc7172d768eefda5973977bca12360e.pdf
14. Puljeva A., Widen P. The Influence of Internal and External Factors on Entry Modes // D-uppsats. Lulea University of Technology, Marketing Department of Business Administration and Social Sciences. 2018. – 65 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1026994/ FULLTEXT01.pdf
15. Bell J. The internalization of small computer software firms: a further challenge to «stage» theories // European Journal of marketing. – 2017. – Vol. 29. – No. 8. – P.60-75. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/03090569510097556
16. Root F.R. Entry strategies for international markets // San-Francisco: Jossey-Bass, Inc. – 2016. – 324 p. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://books.google.com.ua/books/about/Entry\_Strategies\_for\_International\_Marke.html?id=pmq2AAAAIAAJ&redir\_esc=y
17. Muhammad Dan-Asabe Abdulrahman, Nachiappan Subramanian, Chang Liu, Chengqi Shu.Viability of remanufacturing practice: a strategic decision making framework for Chinese auto-parts companies // Journal of Cleaner Production.- 2017. – Volume 105. – P. 311-323 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0959652614002273
18. Chan K.C. On the Contrarian Investment Strategy // Journal of Business. – 2017. – Volume 61. – Nr 2. – P. 147 – 163 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.jstor.org/stable/2352897?seq=1#page\_scan\_tab\_contents
19. OICA. Statistics. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://oica.net
20. Автостат. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.autostat.ru/news/22335
21. Овечкин О. Китайская LeEco показала бесплатный беспилотный электрокар // Rusbase. – 2018 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://rusbase.com/news/leeco/
22. Галпин Т. Дж., Хэндон М. Полное руководство по слияниям и поглощениям компаний. – М.: Вильямс, 2017. – 688 с.
23. Гохан П. Слияния, поглощения и реструктуризация бизнеса. М.: Альпина Паблишер, 2017. – 321 с.
24. Як збираються рятувати український автопром // Auto24 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://auto.24tv.ua/yak\_zbyraiutsia\_riatuvaty\_ukrainskyi \_avtoprom\_n3372
25. Ассоциация европейского бизнеса. Статистические данные за 2006-2017гг. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.aebrus.ru
26. Гриффин Р., Пастей М. Международный бизнес. – 9-е изд. – Переклад з англійської за редакцією А.Г.Медведєва. – СПб.: Питер, 2017. – 982 с.
27. Лучко М.Л. Конкурентные стратегии транснациональных корпораций в 90-е годы ХХ – начале ХХI века. - М.: ТЕИС, 2016. – 494 с.
28. Рид С. Ф., Лажу А. Р. Искусство слияний и поглощений. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 577 с.
29. Слияния и поглощения. Harvard Business Review. – М.: Юнайтед Пресс, 2017. – 298 с.
30. Стратегические альянсы. Введение. Harvard Business Review. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2015. – 312 с.
31. Томпсон А.А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент. Концепции для анализа. – 17-е видання, переклад з англійської. – М.: Вільямс, 2016. – 974 с.
32. Анисимов Г. Mitsubishi уедет в минус. // Ведомости. – № 4101. -23.01.2018. – С. 3 – 4.
33. Афанасьев С.А., Кондратьев В.Б. Автомобильная промышленность стран БРИК // Мировая экономика и международные отношения. 2014. – № 9. – С. 55 – 65.
34. Буравцева М. Сезон увольнений закрыт // Ведомости. – № 3978. 21.12.2017. – С. 48 – 57.
35. Вахов Р., Ефремов Д., Скакунова А. Исследование команды победителей // Збірник робіт фіналістів конкурса на тему: «Масштабы, факторы и характер оттока капитала» // Научн.ред.проф. М.Л.Лучко. – М.: ТЕИС, 2015. – С.17-88.
36. Горшенин Д., Щербакова А. Выпустим столько, сколько купите // Ведомости. – № 3721. – 21.11.2015. – С. 6 – 8.
37. Дагаева А., Товкайло М., Непомнящий А. Калужский мечтатель // Ведомости. – № 2469. – 21.10.2015. – С. 7 – 9.
38. КамАЗ и Daimler AG открыли СП по производству грузовиков // Forbes, 2016. – С. 4.
39. Кондратьев В.Б. Мировая обрабатывающая промышленность: сдвиги в конкурентных издержках // Мировая экономика и международные отношения. – 2015. – № 7. – С. 5-15.
40. Кондратьев В.Б. Мировая экономика как система глобальных цепочек стоимости // Мировая экономика и международные отношения. – 2015. – № 3. – С. 5-17.
41. Кондратьев В.Б. Сражение за ТНК // Прямые инвестиции. – 2016. – № 3. – С. 46–49.
42. Кондратьев В., Туревский О. Автоцентр вселенной. // Прямые инвестиции. – 2015. – № 1. – С. 6-10.
43. Лучко М.Л. Роль крупных транснациональных корпораций в мировой экономике в начале ХХI века. // Аудит и финансовый анализ. – 2017. – № 6. – С. 34 – 38.
44. Лучко М.Л. Влияние прямых иностранных инвестиций на социально- экономическое развитие стран-реципиентов // Аудит и финансовый анализ. – 2017. – № 6. – С. 41 – 47.
45. Лучко М.Л. Прямые иностранные инвестиции в мировой экономике: тренды последних лет // Финансовые исследования. – 2016. – № 4. – С. 59 – 68.
46. Лучко М.Л. Как стать инновационной экономикой // Вопросы новой экономики. – 2016. – № 2. – С. 47 – 55.
47. Лучко М.Л. Мировое инвестиционное поле: кто и как на нем играет // Аудит и финансовый анализ. – 2016. – № 6. – С. 39 – 47.
48. Государство компенсирует часть затрат на экспорт автомобилей // Мировая экономика и международные отношения. – 2017. – № 1. – С. 25-35.
49. Непомнящий А. Волга иссякла. // Ведомости – 2748. – 06.12.2016. – С. 18 – 25.
50. Оверченко М., Федоринова М. Ford Motor получил прибыль // Ведомости. – 1912. – 27.07.2017. – С. 3 – 4.
51. Пасько А.В. Корпоративные стратегии автомобильных корпораций в условиях глобализации мирового автомобилестроения // Проблемы современной экономики. – 2016. – №20. – С.38 – 50.
52. Пасько А.В. Особенности влияния глобализации на развитие мировой автомобильной промышленности. // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2015. – №11. – С.48 – 52.
53. Пасько А.В. Параметры и факторы развития мирового автомобилестроения в начале XXI столетия. // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. – 2016. – №27. – С. 27-34.
54. Промсборка по-русски или, как превратить импорт в потомки прямых инвестиций. Инвестиции // Бюджет.ru. – 2017. – №2. – С. 11 – 14.
55. Райбман Н. Автопроизводители откажутся от сборки в Украине иномарок без дополнительной господдержки // Ведомости. – 03.07.2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.vedomosti.ru/auto/articles/2017/07/03/avtoproizvoditeli-otkazhutsyaot-sborki-v-rossii-inomarok
56. Сагдиев Р., Корюкин К. Бесхозная Daewoo // Ведомости. – 21.06.2017. – № 1886. – С. 2 – 3.
57. Синочкин Д. Доходное место: сражение за инвестиции // Ведомости. -№ 1499. – 21.11.2015. – С. 3 – 4.
58. Столяров Г., Федоринова Ю. Самый дорогой проект // Ведомости. – № 1915. – 01.08.2017. – С. 3 – 5.
59. Штанов В. Иномарки сходят с конвейера // Ведомости. – №3965. 23.11.2015. – С. 5 – 7.
60. Tesla Motors разогрела рынок лития // Ведомости. – 2018 [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.vedomosti.ru/business/articles/2016/05/06/640280-teslarazogrela-litiya
61. Greenough J. 10 million self-driving cars will be on the road by 2020 // Business Insider [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.businessinsider.com/report-10-millionself-driving-cars-will-be-on-the-road-by-2020-2015-5-6