

Дутка Яків. Теоретичні засади управління розвитком підприємництва у сфері автомобільного бізнесу. *Економічний дискурс*. 2025. Випуск 4. С. 245-254.  
DOI: <https://doi.org/10.36742/2410-0919-2025-3-25>

УДК 334.722 : 629.33 : 338.24  
JEL Classification L26, L62, M21, O31, R11

Дутка Яків  
здобувач ступеня PhD  
Західноукраїнський національний університет  
м. Тернопіль, Україна  
E-mail: yakivdutka@gmail.com  
ORCID: 0009-0000-7855-743X

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМНИЦТВА У СФЕРІ АВТОМОБІЛЬНОГО БІЗНЕСУ

### **Анотація**

**Вступ.** Автомобільна галузь переживає системну трансформацію, зумовлену поєднанням технологічних, ринкових і геополітичних процесів. Перехід до електромобільності, цифровізація операційних процесів, реструктуризація глобальних ланцюгів постачання та принципова зміна споживчої поведінки формують якісно нове конкурентне середовище, в якому традиційні моделі підприємницького управління втрачають свою ефективність. В умовах України ця проблематика набуває додаткової гостроти через наслідки повномасштабної збройної агресії, яка суттєво ускладнила операційне середовище підприємств галузі. За таких обставин теоретичне осмислення засад управління розвитком підприємництва у сфері автомобільного бізнесу є актуальним науковим завданням із виразним практичним виміром.

**Методи.** Методологічну основу дослідження становить сукупність підходів, що поєднують положення теорії динамічних здатностей, інституційної економіки та ресурсної концепції стратегічного управління. Методичний апарат включає методи аналізу і синтезу, порівняльний метод, наукову абстракцію та узагальнення, структурно-функціональний метод, а також галузевий аналіз із застосуванням моделі конкурентних сил для діагностики середовища автомобільного ринку України.

**Результати.** У статті систематизовано теоретичні підходи до трактування категорій «підприємництво» та «розвиток підприємства», запропоновано авторські визначення цих понять. Обґрунтовано доцільність інтегрованого застосування системного, стратегічного, інституційного та інноваційного підходів до управління розвитком підприємницьких структур. Розкрито галузеву специфіку автомобільного бізнесу через призму ланцюга створення вартості та виявлено функціональні взаємозалежності між його сегментами. Встановлено, що нерівномірність конкурентних умов і різний рівень доступу до ресурсів у різноманітних сегментах авторинку обумовлюють необхідність диференційованих управлінських підходів.

**Перспективи.** Подальші дослідження доцільно спрямувати на розробку диференційованих управлінських механізмів для окремих сегментів авторинку, концептуалізацію підприємницької резилієнтності в умовах воєнної економіки, а також побудову інтегративної моделі управління розвитком підприємництва в автомобільній сфері з урахуванням євроінтеграційного курсу України та галузевих технологічних трансформацій.

**Ключові слова:** підприємництво, управління розвитком, автомобільний бізнес, динамічні здатності, інституційне середовище, ланцюг створення вартості, підприємницька резилієнтність, цифрова трансформація.

### **Вступ.**

Автомобільна галузь традиційно є одним із найбільш показових індикаторів стану глобальної економіки. Її циклічність, капіталомісткість і технологічна складність роблять її чутливою до будь-

яких структурних зрушень, від фінансових коливань до геополітичних трансформацій.

Однак сьогодні галузь переживає трансформацію якісно іншого порядку. Йдеться не про чергову хвилю кон'юнктурних коливань, а про системну зміну самої природи автомобільного бізнесу, що передбачає перехід від логіки виробництва і збуту до логіки платформ, сервісів і клієнтського досвіду. Рушійними силами цього переходу є електрифікація транспорту, автономізація, поєднання фізичних і цифрових систем, а також принципова зміна споживчих очікувань.

Ці процеси суттєво ускладнюють умови підприємницької діяльності. Підприємства галузі стикаються з необхідністю одночасно управляти операційною ефективністю в межах існуючих бізнес-моделей і здійснювати їх стратегічну переорієнтацію в умовах скорочення часових горизонтів прийняття рішень і зростаючої невизначеності. Ця суперечність між вимогою стабільності поточного функціонування і необхідністю постійного розвитку утворює центральну управлінську дилему, з якою стикаються підприємницькі структури в автомобільній сфері уже сьогодні.

Для України ця дилема набуває додаткового виміру. Повномасштабна збройна агресія кардинально змінила операційне середовище підприємств галузі, що тепер визначається зруйнованими логістичними ланцюгами, скороченням платоспроможного попиту, міграцією кваліфікованих кадрів, фізичними втратами інфраструктури. Такий контекст потребує принципово нових управлінських підходів. Водночас воєнні умови прискорили низку процесів, що в іншому разі розтягнулися б на десятиліття. Це стосується швидкої адаптації бізнес-моделей, пошуку альтернативних ринків збуту і постачання, цифровізації операційних процесів.

У цьому сенсі Україна являє собою не лише об'єкт дослідження з обтяженим зовнішнім середовищем, а й специфічний дослідницький кейс, що дозволяє вивчати механізми підприємницької резиліентності в екстремальних умовах. Саме тому теоретичне осмислення засад управління розвитком підприємництва у сфері автомобільного бізнесу є актуальним науковим завданням, від якості вирішення якого залежить ефективність управлінських рішень, обґрунтованість стратегічного контексту та раціональність механізмів підтримки підприємницьких структур в умовах підвищеної турбулентності.

#### **Аналіз останніх досліджень та публікацій.**

Наукова проблематика управління розвитком підприємництва в автомобільному секторі охоплює кілька взаємопов'язаних дослідницьких напрямів.

Перший із них стосується теоретичних і методологічних засад підприємницького розвитку в умовах технологічних трансформацій. У цьому контексті заслуговують на увагу роботи Д. Тіса, який у межах концепції динамічних здатностей обґрунтовує механізми формування конкурентних переваг підприємств в умовах структурної невизначеності [7], а також дослідження С. Пустовгара, присвячені трансформації підприємницької активності під впливом Індустрії 4.0 [12]. Питання стратегічних орієнтирів розвитку підприємств в умовах цифровізації досліджують І. Ігнат'єва, Н. Клименко, А. Сербенівська [9], а також С. Касьян і Т. Гринько, які розробляють теоретико-методичні підходи до управління стратегічними змінами в умовах цифрового переформатування економічного простору [10].

Другий напрям охоплює питання розвитку підприємницьких екосистем та інституційного середовища підприємництва. Роботи Д. Одретча, М. Беліцького і Н. Черкас розкривають роль інституційних чинників у формуванні міських підприємницьких екосистем [2], тоді як дослідження М. Беліцького, Н. Черкас і О. Хлистової зосереджені на специфіці функціонування таких екосистем в умовах збройних конфліктів на прикладі України [3]. Питання підприємницького розвитку в контексті євроінтеграційних процесів і трансформації зовнішнього середовища представлені у працях І. Томашука [8] та Т. Стройко зі співавторами, які досліджують підприємницькі виклики воєнного часу [6].

Третій напрям безпосередньо стосується галузевої специфіки автомобільного ринку.

Стратегічні тенденції розвитку автомобільної промисловості України аналізують Н. Пойда-Носик і Р. Бачо [5]. Макроекономічний і технологічний контекст галузевих трансформацій висвітлюється в аналітичних матеріалах McKinsey, зокрема у звіті щодо перспектив розвитку європейської автомобільної індустрії [1] та в оглядах ключових тенденцій мобільності [4]. Стан і динаміку українського авторинку відображають статистичні матеріали Інституту досліджень авторинку [13]. Окремі аспекти управління інноваційним розвитком підприємств сфери послуг, результати яких є методологічно релевантними для автомобільного сектору, досліджує В. Майборода [11].

Незважаючи на широке охоплення суміжних тематик, комплексне дослідження теоретичних засад управління розвитком підприємництва саме в автомобільній сфері з урахуванням одночасного впливу технологічних, інституційних і воєнних чинників залишається недостатньо розробленим. Зокрема, поза увагою науковців здебільшого залишаються питання інтеграції методологічних підходів стосовно специфічних умов функціонування різних сегментів авторинку, а також практичні механізми управлінської адаптації підприємств галузі до умов підвищеної турбулентності.

### **Мета.**

Метою статті є систематизація теоретичних засад управління розвитком підприємництва у сфері автомобільного бізнесу з урахуванням сучасних галузевих трансформацій та специфіки функціонування підприємств в умовах нестабільного зовнішнього середовища.

### **Методологія дослідження.**

Теоретико-методологічну основу статті становить сукупність наукових підходів, що забезпечують комплексне дослідження управління розвитком підприємництва в автомобільному секторі з урахуванням його галузевої специфіки та особливостей. Концептуальною базою роботи слугують положення теорії динамічних здатностей, інституційної економіки, ресурсного підходу до стратегічного управління, а також концепції підприємництва як відкритої соціально-економічної системи, що розглядаються у взаємозв'язку з викликами технологічної трансформації автомобільної галузі.

У процесі дослідження використано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів. Методи аналізу і синтезу застосовано для опрацювання наукових джерел з проблематики підприємницького розвитку, систематизації існуючих теоретичних парадигм та формування цілісного уявлення про об'єкт дослідження. Метод наукової абстракції використано для формулювання авторського визначення підприємництва як соціально-економічної системи, а також для концептуалізації категорії «розвиток підприємства» в контексті сучасних управлінських реалій. Порівняльний метод забезпечив зіставлення чотирьох основних методологічних підходів до управління розвитком підприємницьких структур і дозволив виявити їх теоретичні відмінності і схожі риси.

Структурно-функціональний метод використано для дослідження внутрішньої будови автомобільного ринку через призму ланцюга створення вартості та виявлення функціональних взаємозалежностей між його сегментами. Галузевий аналіз із застосуванням моделі конкурентних сил М. Портера забезпечив діагностику інституційних умов і конкурентного середовища автомобільного бізнесу в Україні. Узагальнення галузевих особливостей авторинку стало підґрунтям для обґрунтування диференційованих управлінських підходів залежно від сегментної приналежності підприємницьких структур.

### **Результати.**

Категорія «підприємництво» в науковому дискурсі не має єдиного загальновизнаного трактування. Це пов'язано з її комплексністю і складністю, а також з еволюційними процесами наукової думки щодо неї. В цьому контексті зауважимо, що система наукових поглядів на

підприємництво містить декілька розрізнених теоретичних парадигм, кожна з яких акцентує увагу на різних аспектах досліджуваного явища.

У класичній економічній теорії підприємець розглядається як суб'єкт, що діє у власних інтересах, одночасно сприяючи створенню знань, підвищенню суспільного добробуту та формуванню нових робочих місць. Ця концепція відображає раціоналістичну картину ринкової взаємодії, де підприємницька активність є органічним наслідком дії цінових сигналів та ринкової рівноваги.

Важливим чинником формування сучасного сприйняття теорії підприємницького розвитку є концепція Й. Шумпетера. Відповідно до неї підприємець сприймається як суб'єкт активної трансформації системи через створення «нових комбінацій» ресурсів і застосування механізму «творчого руйнування», в межах якого відбувається системне витіснення застарілих структур більш новими та інноваційними [7]. Таке бачення дозволяє трактувати роль підприємця як рушійної сили економічного розвитку, що відповідає сучасним умовам цифрової трансформації [12].

Суттєвий внесок в обґрунтування теоретичних засад підприємницької активності було зроблено також в межах інституційного підходу через виділення формальних (законів і регулятивних актів) і неформальних (заснованих на соціальних домовленостях) норм. Якість інституційного підприємницького поля визначається параметрами регуляторного навантаження, рівнем захисту прав власності, розвитком ринкової інфраструктури тощо [3]. З точки зору України цей контекст розглядається через призму тривалої інституційної нестабільності і коригується з урахуванням безпекових ризиків в умовах повномасштабного воєнного протистояння.

Аналіз конкурентного середовища, зокрема ідентифікація галузевих обмежень і можливостей, здійснюється за допомогою відомих аналітичних інструментів – зокрема, моделі конкурентних сил М. Портера, яка дозволяє системно оцінити інтенсивність суперництва, загрозу субститутів, переговорну силу постачальників і покупців, а також бар'єри для входу в галузь [7].

Таким чином, відштовхуючись від розглянутих підходів, пропонуємо трактувати підприємництво як відкриту соціально-економічну систему, вплив якої спрямований на генерування доданої вартості через інноваційне поєднання ресурсів і формування стійких конкурентних переваг. Наведене визначення передбачає поєднання ресурсної, системної та інноваційної складових, що дає змогу охопити всі форми підприємницької активності від малих суб'єктів господарювання до великих корпоративних структур.

Прагнення до позитивних змін і покращення наявних умов функціонування підштовхує підприємницькі структури до постійного фокусування на розвитку. При цьому «розвиток підприємства» як окрема наукова дефініція визначається як керований процес якісних і кількісних трансформацій, в межах якого відбувається підвищення адаптивності підприємства, покращення рівня його конкурентоспроможності та інноваційності в умовах динамічного зовнішнього середовища. Основними параметрами розвитку в концептуальному сприйнятті є його керованість, системність і спрямованість на якісне вдосконалення функціонування, що набуває особливої актуальності в умовах глобалізації та цифрової економіки.

Управління процесом розвитку підприємництва з точки зору науки реалізується через складний контекст, що охоплює декілька методологічних підходів. При цьому кожен підхід фокусується на одній чи декількох характеристиках об'єкта дослідження, визначаючи особливості зміни його параметрів у часовому вимірі. Найчастіше виділяють чотири основних підходи до управління розвитком підприємництва: системний, стратегічний, інституційний та інноваційний.

Системний підхід характеризує підприємницькі структури як цілісні об'єкти, які активно взаємодіють із зовнішнім середовищем. При цьому розвиток реалізується як в межах забезпечення узгодженості внутрішніх підсистем (виробничої, організаційної, маркетингової, фінансової тощо), так і з позиції адаптації до зміни зовнішніх умов [8]. В автомобільному бізнесі цей підхід реалізується через інтеграцію продажного, сервісного, логістичного та інших блоків в єдину управлінську систему, що узгоджується із ринковими запитами, відповідає вимогам споживачів і встановленим

нормам регуляторного середовища.

В основі стратегічного підходу – фокусування навколо довгострокових перспектив розвитку підприємств, спрямованих на досягнення сталої конкурентної позиції на цільових ринках. Важливою умовою ефективного стратегічного управління підприємницькими структурами є формування так званих динамічних здатностей, які проявляються через спроможність підприємств об'єднувати, розбудовувати і переформатовувати внутрішні і зовнішні компетентності у відповідності до ринкових умов. Динамічні здатності, запропоновані Дж. Тісом, охоплюють відчуття можливостей, їх реалізацію і системну трансформацію організаційних ресурсів [7]. Вони дозволяють підприємствам постійно адаптуватися до змінних умов і формувати на цій основі власні конкурентні переваги.

Інституційний підхід фокусується на регуляторному і нормативному середовищі, яке визначає правила ведення бізнесу в автомобільній сфері. Інституційні умови прямо впливають на характер бізнесових процесів і пов'язані з ними транзакційні витрати [2]. Для автомобільного бізнесу України актуальність цього підходу проявляється також через необхідність гармонізації з технічними регламентами і нормами Європейського Союзу, концепцією сталого розвитку і декарбонізації економіки [9; 10].

Одним із визначальних в умовах технологічних змін є інноваційний підхід, що ґрунтується на ефективному використанні інновацій як основних важелів підприємницького розвитку. Основні акценти цього підходу спрямовуються на розвиток інтелектуального капіталу, участь в інноваційних екосистемах, впровадження технологічних новинок і адаптацію бізнес-моделі до функціонування в умовах Індустрії 4.0 [11]. В автомобільному бізнесі такий підхід узгоджується із процесами електрифікації автотранспорту, активним використанням платформених рішень для управління системами сервісу і продажу автомобілів, а також застосуванням інтелектуальних і аналітичних інструментів для підвищення рівня конкурентоспроможності.

Варто зазначити, що жоден із наведених підходів не використовується відокремлено. Теоретичні і практичні засади кожного з них переплітаються і найбільш повно розкриваються в межах інтегрованого підходу, який поєднує системне бачення зі стратегічними принципами, інституційною гнучкістю та інноваційними пріоритетами [6; 12]. Завдяки цьому досягається методологічна цілісність управлінських механізмів і формується потенціал для досягнення необхідного результату у довгостроковій перспективі.

Узагальнення розглянутих підходів дозволяє стверджувати, що управління розвитком підприємництва є комплексним науково-практичним феноменом, ефективне дослідження якого потребує синтезу системних, стратегічних, інституційних та інноваційних теоретичних конструктів – саме їх взаємодія визначає специфіку галузевого застосування в умовах автомобільного бізнесу.

Більшість із окреслених теоретичних положень має загальноекономічний характер і є типовими для переважного числа секторів економіки. Водночас автомобільний бізнес характеризується рядом специфічних рис, які вимагають застосування диференційованих підходів і врахування особливостей в процесі управління розвитком підприємницьких структур. Загалом, автомобільний бізнес є одним із найбільш складних за структурою та міжгалузевими зв'язками, а також одним із найбільш капіталомістких секторів економіки. Він характеризується наявністю розгалуженої системи господарських зв'язків з іншими секторами, які найбільш повно можуть бути представлені з позиції ланцюга створення вартості (рис. 1).

Зважаючи на це, структуру автомобільного бізнесу формують сегменти, які тісно пов'язані між собою, але виконують суттєво відмінні завдання. Сегмент виробництва і складання транспортних засобів забезпечує первісну пропозицію на ринку і визначає її основні параметри. Сегмент імпорту і дистрибуції забезпечує більш-менш рівномірний розподіл об'єктів обміну в глобальному масштабі з урахуванням регіональних і локальних особливостей. Дилерські мережі виступають ключовими центрами продажу, сервісу і маркетингу на ринку. Сегменти технічного обслуговування і ринку запасних частин та аксесуарів забезпечують тривале функціонування транспортних засобів. Сегмент фінансових і страхових послуг підтримує можливості учасників ринку

для придбання і обслуговування транспортних засобів, а також страхування від непередбачуваних обставин.



**Рис. 1. Загальна структура автомобільного бізнесу з точки зору ланцюга створення вартості\***  
*\*Джерело: самостійна розробка автора.*

Важливою особливістю галузевої структури авторинку є суттєва нерівномірність у розподілі суб'єктів господарювання за критеріями розміру та організаційних форм. Великий бізнес домінує на рівні виробництва та офіційної дистрибуції, де необхідні значні ефекти масштабу та суттєві капіталовкладення. Малий і середній бізнес концентрується переважно в сервісному сегменті, торгівлі вживаними автомобілями через мережу незалежних майданчиків та аукціонів, а також у роздрібній реалізації запчастин [1; 4]. Така сегментарна диференціація визначає нерівномірність умов підприємницької діяльності та різний рівень доступу до ресурсів, технологій і ринкової інформації.

Рівень концентрації на ринку нових автомобілів є значним: кілька великих дистриб'юторських груп контролюють основний обсяг продажів через авторизовані дилерські мережі [13]. В Україні лідери ринку утримують значну частку загальних реєстрацій нових автомобілів, тоді як сервісний і вторинний ринки відрізняються вищою конкурентністю та нижчими бар'єрами для входу. Це обумовлює принципово різні траєкторії розвитку підприємств залежно від їх сегментної приналежності.

Взаємозв'язки між окремими сегментами формують багаторівневу систему економічних залежностей, у межах якої результативність функціонування одного елемента безпосередньо впливає на параметри розвитку інших. Зокрема, рівень розвитку післяпродажного обслуговування та якість сервісних послуг детермінують показники споживчої лояльності, інтенсивність повторних звернень і тривалість взаємодії клієнта з брендом. У таких умовах дилерські структури змушені здійснювати управління не окремими операціями, а інтегрованим «клієнтським маршрутом», що охоплює етапи первинного інформування, укладення угоди, гарантійного та післягарантійного обслуговування, а також формування передумов для повторної покупки.

Інтегрований характер ланцюга створення цінності зумовлює високий рівень складності підприємницького управління в автомобільному бізнесі. Координація діяльності між виробниками, імпортерами, дилерськими центрами, сервісними підрозділами та незалежними операторами вторинного ринку потребує узгодження фінансових, логістичних та маркетингових рішень. За таких

умов конкурентні переваги формуються не лише на рівні ціни чи асортименту, а й через здатність суб'єкта підприємництва забезпечити безперервність сервісного циклу та стандартизацію якості на всіх етапах взаємодії зі споживачем.

Таким чином, сегментарна структура галузі поєднується з функціональною взаємозалежністю її елементів, що трансформує автомобільний ринок у складну екосистему з різними режимами конкуренції, неоднаковими бар'єрами входу та відмінними механізмами формування доданої вартості. Це обумовлює необхідність комплексного підходу до аналізу підприємницької діяльності з урахуванням інтеграційних процесів між первинним, сервісним і вторинним сегментами ринку, а також специфіки застосування системного, стратегічного, інституційного та інноваційного підходів в умовах конкретних сегментних реалій автомобільного бізнесу.

### **Висновки і перспективи.**

Теоретичні засади управління розвитком підприємництва у сфері автомобільного бізнесу є не абстрактною теоретичною конструкцією, а практично значущою системою орієнтирів, від якості якої залежить спроможність підприємств галузі адаптуватися до умов структурної невизначеності та формувати стійкі конкурентні позиції. Проведений аналіз дозволив встановити, що жоден із розглянутих методологічних підходів (системний, стратегічний, інституційний чи інноваційний) не є самодостатнім. Повноцінне теоретичне пояснення механізмів підприємницького розвитку досягається лише в межах їх інтеграції, що обумовлює доцільність застосування комплексного підходу як базової методологічної позиції.

Обґрунтовано авторське визначення підприємництва як відкритої соціально-економічної системи, що генерує додану вартість через інноваційне поєднання ресурсів, а також уточнено категорію розвитку підприємства як керованого процесу якісних і кількісних трансформацій, спрямованих на підвищення адаптивності, конкурентоспроможності та інноваційності.

Встановлено, що автомобільний бізнес являє собою складну багаторівневу екосистему, сегменти якої характеризуються принципово різними режимами конкуренції, бар'єрами входу та механізмами формування вартості. Велика кількість господарських зв'язків між виробниками, імпортерами, дилерськими структурами, сервісними операторами та учасниками вторинного ринку зумовлює високий рівень управлінської складності і потребує координації фінансових, логістичних та маркетингових рішень у межах єдиного ланцюга створення цінності. В умовах України ця складність посилюється інституційною нестабільністю, необхідністю гармонізації з європейськими регламентами та наслідками повномасштабної збройної агресії, які кардинально переформатували операційне середовище підприємств галузі.

Отримані результати визначають кілька перспективних напрямів подальшого наукового опрацювання. Першим є розробка диференційованих управлінських механізмів для окремих сегментів авторинку з урахуванням їх специфічних конкурентних умов і ресурсних можливостей, оскільки підходи, ефективні для великих дистриб'юторських груп, можуть бути нерелевантними для малого і середнього бізнесу сервісного сегменту.

Другим є дослідження механізмів підприємницької резиліентності в умовах воєнної економіки, які досі залишаються недостатньо концептуалізованими в науковій літературі.

Перспективним є також формування інтегративної моделі управління розвитком підприємництва в автомобільній сфері, що поєднуватиме теоретичні конструкції всіх чотирьох методологічних підходів з галузевою специфікою і контекстуальними особливостями функціонування вітчизняних підприємств в умовах євроінтеграції та технологічної трансформації.

### **Список використаних джерел**

1. A new «ERA»: An action plan for the European automotive industry. McKinsey Center for Future Mobility. 2025. URL: <https://www.mckinsey.com/features/mckinsey-center-for-future-mobility/our-insights/a-new-era-an-action-plan-for-the-european-automotive-industry>. (дата звернення: 15.11.2025).

2. Audretsch D. B., Belitski M., Cherkas N. Entrepreneurial ecosystems in cities: The role of institutions. *PLoS ONE*. 2021. Vol. 16, №3. e0247609. URL: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0247609>. (дата звернення: 15.11.2025).
3. Belitski M., Cherkas N., Khlystova O. Entrepreneurial ecosystems in conflict regions: evidence from Ukraine. *The Annals of Regional Science*. 2024. Vol. 72. P. 355–376. URL: <https://doi.org/10.1007/s00168-022-01203-0>. (дата звернення: 15.11.2025).
4. Heineke K., Kampshoff P., Möller T. Spotlight on mobility trends. *McKinsey*, 12 Mar. 2024. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/automotive-and-assembly/our-insights/spotlight-on-mobility-trends>. (дата звернення: 15.11.2025).
5. Poyda-Nosyk N., Bacho R. Strategic development trends in the automotive industry of Ukraine. *Engineering Proceedings*. 2024. Vol. 79, №1. P. 71. URL: <https://doi.org/10.3390/engproc2024079071>. (дата звернення: 15.11.2025).
6. Stroiko T., Iglesias-Sanchez P. P., Jambrino-Maldonado C., Fernández-Díaz E., de las Heras-Pedrosa C. Ukrainian women's entrepreneurship and business ecosystem during the war: new challenges for development. *Sustainability*. 2024. Vol. 16, №9. P. 3829. URL: <https://doi.org/10.3390/su16093829>
7. Teece D. J. The evolution of the dynamic capabilities framework. Artificiality and sustainability in entrepreneurship / Adams R., Grichnik D., Pundziene A., Volkman C. (eds). Cham : Springer, 2023. (FGF Studies in Small Business and Entrepreneurship). URL: [https://doi.org/10.1007/978-3-031-11371-0\\_6](https://doi.org/10.1007/978-3-031-11371-0_6). (дата звернення: 15.11.2025).
8. Tomashuk I. Development of entrepreneurship in Ukraine in the conditions of European integration. *Green, Blue and Digital Economy Journal*. 2022. Vol. 3, №2. P. 36–48. URL: <https://doi.org/10.30525/2661-5169/2022-2-5>. (дата звернення: 15.11.2025).
9. Ігнат'єва І. А., Клименко Н. А., Сербенівська А. Ю. Трансформація системи управління підприємством на засадах цифрової економіки. *Наукові записки НАУКМА. Економічні науки*. 2025. Т. 10, №1. С. 100–106. URL: <https://doi.org/10.18523/2519-4739.2025.10.1.100-106>. (дата звернення: 15.11.2025).
10. Касьян С., Гринько Т. Теоретико-методичні аспекти формування механізму управління стратегічними змінами в умовах цифровізації економічного простору. *Економіка та суспільство*. 2025. №82. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-82-120>. (дата звернення: 15.11.2025).
11. Майборода В. М. Управління інноваційним розвитком підприємств сфери послуг. *Підприємництво і торгівля*. 2022. №33. С. 49–52. URL: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2022-33-07>. (дата звернення: 15.11.2025).
12. Пустовгар С. Тенденції розвитку підприємництва в Україні в умовах Індустрії 4.0. *Економіка та суспільство*. 2022. №39. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-15>. (дата звернення: 15.11.2025).
13. Український ринок нових легкових авто: Підсумки 2023 року. Статистика авторинку. Інститут досліджень авторинку. 2024. URL: <https://eauto.org.ua/news/482-ukrajinskiy-rinok-novih-legkovih-avto-pidsumki-2023-roku>. (дата звернення: 15.11.2025).

Статтю отримано: 16.11.2025 / Рецензування 27.12.2025 / Прийнято до друку: 30.12.2025

**Yakiv Dutka**  
PhD Student  
West Ukrainian National University  
Ternopil, Ukraine  
E-mail: yakivdutka@gmail.com  
ORCID: 0009-0000-7855-743X

## THEORETICAL FOUNDATIONS OF ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT MANAGEMENT IN THE AUTOMOTIVE BUSINESS SECTOR

### Abstract

**Introduction.** The automotive industry is undergoing a systemic transformation driven by the convergence of technological, market, and geopolitical processes. The shift towards electromobility, the digitalisation of operational processes, the restructuring of global supply chains, and a fundamental change in consumer behaviour are collectively

shaping a qualitatively new competitive environment in which conventional models of entrepreneurial management are progressively losing their effectiveness. In the context of Ukraine, these challenges are further compounded by the consequences of full-scale armed aggression, which has significantly disrupted the operational environment of enterprises across the sector. Under such circumstances, the theoretical conceptualisation of the foundations of entrepreneurship development management in the automotive business constitutes a pressing scholarly objective with a pronounced practical dimension.

**Methods.** The methodological foundation of the study integrates the theoretical provisions of dynamic capabilities theory, institutional economics, and the resource-based view of strategic management. The analytical toolkit encompasses methods of analysis and synthesis, comparative method, scientific abstraction and generalisation, structural-functional method, as well as industry-level analysis employing the competitive forces model for diagnosing the business environment of the Ukrainian automotive market.

**Results.** The article systematises theoretical approaches to interpreting the categories of «entrepreneurship» and «enterprise development», and proposes original definitions of these concepts. The rationale for the integrated application of systemic, strategic, institutional, and innovation-oriented approaches to managing the development of entrepreneurial structures is substantiated. The industry-specific characteristics of the automotive business are examined through the lens of the value chain, and the functional interdependencies among its constituent segments are identified. It is established that the uneven distribution of competitive conditions and the differential access to resources across market segments necessitate the adoption of differentiated management approaches.

**Discussion.** Further research should be directed towards the development of differentiated management mechanisms for individual segments of the automotive market, the conceptualisation of entrepreneurial resilience under wartime economic conditions, and the construction of an integrative model of entrepreneurship development management in the automotive sector, taking into account Ukraine's European integration trajectory and the ongoing technological transformations within the industry.

**Keywords:** entrepreneurship, development management, automotive business, dynamic capabilities, institutional environment, value chain, entrepreneurial resilience, digital transformation.

## References

1. McKinsey Center for Future Mobility. (2025). A new «ERA»: An action plan for the European automotive industry. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/features/mckinsey-center-for-future-mobility/our-insights/a-new-era-an-action-plan-for-the-european-automotive-industry>.
2. Audretsch, D.B., Belitski, M., & Cherkas, N. (2021). Entrepreneurial ecosystems in cities: The role of institutions. *PLoS ONE*, 16, 3, e0247609. Retrieved from <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0247609>.
3. Belitski, M., Cherkas, N., & Khlystova, O. (2024). Entrepreneurial ecosystems in conflict regions: evidence from Ukraine. *The Annals of Regional Science*, 72, 355–376. Retrieved from <https://doi.org/10.1007/s00168-022-01203-0>
4. Heineke, K., Kampshoff, P., & Möller, T. (2024). Spotlight on mobility trends. McKinsey. Retrieved from <https://www.mckinsey.com/industries/automotive-and-assembly/our-insights/spotlight-on-mobility-trends>.
5. Poyda-Nosyk, N., & Bacho, R. (2024). Strategic development trends in the automotive industry of Ukraine. *Engineering Proceedings*, 79, 1, 71. Retrieved from <https://doi.org/10.3390/engproc2024079071>.
6. Stroiko, T., Iglesias-Sanchez, P.P., Jambino-Maldonado, C., Fernández-Díaz, E., & de las Heras-Pedrosa, C. (2024). Ukrainian women's entrepreneurship and business ecosystem during the war: new challenges for development. *Sustainability*, 16, 9, 3829. Retrieved from <https://doi.org/10.3390/su16093829>.
7. Teece, D. J. (2023). The evolution of the dynamic capabilities framework. Artificiality and sustainability in entrepreneurship. (Adams R., Grichnik D., Pundziene A., Volkmann C. (Eds.)). Cham: Springer. (FGF Studies in Small Business and Entrepreneurship). Retrieved from [https://doi.org/10.1007/978-3-031-11371-0\\_6](https://doi.org/10.1007/978-3-031-11371-0_6).
8. Tomashuk, I. (2022). Development of entrepreneurship in Ukraine in the conditions of European integration. *Green, Blue and Digital Economy Journal*, 3, 2, 36–48. Retrieved from <https://doi.org/10.30525/2661-5169/2022-2-5>.
9. Ihatieva, I.A., Klymenko, N.A., & Serbenivska, A.Yu. (2025). Transformatsiia systemy upravlinnia pidpriemstvom na zasadakh tsyvrovoi ekonomiky [Transformation of the enterprise management system on the basis of the digital economy]. *Naukovi zapysky NaUKMA. Ekonomichni nauky* [NaUKMA Research Papers. Economics], 10, 1, 100–106. Retrieved from <https://doi.org/10.18523/2519-4739.2025.10.1.100-106>. [in Ukr.].
10. Kasian, S., & Hrynko, T. (2025). Teoretyko-metodychni aspekty formuvannia mekhanizmu upravlinnia stratehichnymy zminamy v umovakh tsyvrovizatsii ekonomichnoho prostoru [Theoretical and methodological aspects of forming a mechanism for managing strategic changes in the context of digitalisation of the economic space]. *Ekonomika ta suspilstvo* [Economy and Society], 82. Retrieved from <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-82-120>.

[in Ukr.].

11. Maiboroda, V.M. (2022). Upravlinnia innovatsiynym rozvytkom pidpriemstv sfery posluh [Management of innovative development of service sector enterprises]. *Pidpriemnytstvo i torhivlia* [Entrepreneurship and Trade], 33, 49–52. Retrieved from <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2022-33-07>. [in Ukr.].

12. Pustovhar, S. (2022). Tendentsii rozvytku pidpriemnytstva v Ukraini v umovakh Industrii 4.0 [Trends in entrepreneurship development in Ukraine in the context of Industry 4.0]. *Ekonomika ta suspilstvo* [Economy and Society], 39. Retrieved from <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-15>. [in Ukr.].

13. Instytut doslidzhen avtorynku. (2024). Ukrainyskyi rynek novykh lehkovykh avto: Pidsumky 2023 roku. Statystyka avtorynku. Retrieved from <https://eauto.org.ua/news/482-ukrajinskiy-rinok-novykh-legkovih-avto-pidsumki-2023-roku>.

Received: 11.16.2025 / Review 12.27.2025 / Accepted 12.30.2025

