

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Тернопільський національний економічний університет
Факультет банківського бізнесу
Кафедра економічної теорії

НОВОСАД Іван Федорович

**Ефективність інструментів державного
регулювання автомобільного ринку України /
Efficiency of State regulation of automobile market
in Ukraine**

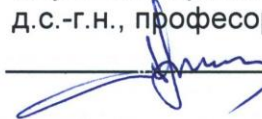
спеціальність: 051 - Економіка
магістерська програма - Аналітична економіка

Магістерська робота

Виконав студент групи ЕАм-21
І. Ф. Новосад



Науковий керівник:
д.с.-г.н., професор, Ю. І. Гайда



Магістерську роботу допущено
до захисту:

" 14 " 2 лютого 20 18 р.

Завідувач кафедри
В. В. Козюк

ТЕРНОПІЛЬ - 2018

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ АВТОРИНКУ.....	6
1.1. Ринок автомобілів як олігополістична модель ринкової структури.....	6
1.2. Необхідність та концептуальні основи державного регулювання економіки.....	15
1.3. Інструментарій державного регулювання автомобільного ринку.....	24
Висновки до розділу 1.....	34
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО РИНКУ АВТОМОБІЛІВ.....	36
2.1. Сучасний стан функціонування авторинку України.....	36
2.2. Аналіз законодавчого регулювання автомобільного ринку держави.....	47
2.3. Оцінка дієвості механізму державного регулювання імпорту автотранспортних засобів.....	55
Висновки до розділу 2.....	64
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ АВТОМОБІЛІВ В УКРАЇНІ.....	66
3.1. Енвіроментальна складова державного регулювання автомобільного ринку	66
3.2. Світовий досвід державної підтримки автомобілебудування та можливості його застосування в Україні.....	74
3.3. Шляхи стимулювання інноваційного розвитку автомобілебудування в державі.....	81
Висновки до розділу 3.....	90
ВИСНОВКИ.....	92
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	96
ДОДАТКИ	

ВСТУП

Розвиток автомобільного ринку України продовжує залишатись одним із пріоритетів для механізму державного регулювання економіки, головним чином через його можливість впливу на економічну діяльність інших галузей, забезпечення зростання зайнятості населення, підвищення товарообороту, створення умов для ефективного введення у міжнародну економічну торгівлю.

Автомобілебудівна галузь України спроможна шляхом залучення та використання новітніх технологій закріпити посткризове відновлення економіки, підвищити рівень інноваційної безпеки та конкурентоспроможності країни. Вона швидко реагує на інновації, має невеликий технологічний цикл, значну серійність і можливість залучення коштів покупців, створюючи мультиплікативний ефект.

Вищезазначене обумовлює вибір теми наукового дослідження та обґрунтовує її актуальність.

Питання розвитку машинобудування України як найважливішого сектора промисловості країни досліджуються у працях таких вітчизняних вчених як: В.М. Геєць, Ю.В. Кіндзерский, В.В. Микитенко, М.М. Якубовский, Я.А. Жаліло, Б.М. Данилишин, Н.В. Тарасова, І.С. Калініченко, В.А. Романеско, О.Є. Кузьмін, С.В. Князь, Л.Й. Гнилянська, Д.К. Зінкевич, М.А. Юдін, Д.В. Малащук та ін. На першочергову необхідність провадження ефективного державного регулювання розвитку вітчизняного автомобілебудування та національного ринку продажу автомобілів вказується в наукових працях таких учених-економістів, як О. Андреев, А. Бондаренко, Ю. Григор'єва, О. Кривоконь, Є. Колбасін, Ю. Пирожкова, І. Шевченко та інших дослідників. Поряд із тим потребують подальших наукових пошуків проблеми активізації інструментів державного стимулювання національного машинобудування та переходу до використання екологічних видів транспорту.

Мета та завдання дослідження. Метою магістерської роботи є обґрунтування теоретико-організаційних засад та формування напрямів

підвищення ефективності державного регулювання автомобільного ринку України.

Комплексний підхід до реалізації поставленої мети зумовив вирішення таких завдань :

- здійснення теоретичного аналізу ринку автомобілів як олігополістичної моделі ринкової структури;
- з'ясування необхідності та концептуальних основ державного регулювання економіки;
- виокремлення інструментарію державного регулювання автомобільного ринку;
- дослідження сучасного стану функціонування авторинку України;
- аналіз законодавчого регулювання автомобільного ринку держави;
- проведення оцінки дієвості механізму державного регулювання імпорту автотранспортних засобів;
- обґрунтування енвайроментальної складової державного регулювання автомобільного ринку держави та пошук шляхів її підсилення;
- окреслення стратегічних напрямів державної політики на ринку автомобілів в Україні.

Об'єктом дослідження є автомобільний ринок в Україні.

Предметом дослідження є інструментарій державного регулювання автомобільного ринку.

Методи дослідження. Методи дослідження, використані у процесі виконання магістерської роботи, передбачають застосування загальнонаукових та емпіричних прийомів економічної науки, які ґрунтуються на системному та міждисциплінарному підходах. Крім цього, використані такі загальні методи наукових досліджень, як методи економічного аналізу: порівняння, аналіз та синтез (при дослідженні основних категорій, що визначають зміст понять «автомобільний ринок» та «державне регулювання»), а також – еволюції автомобільного ринку в Україні; при з'ясуванні ефективності державного впливу на функціонування національного автомобільного ринку;

систематизація та узагальнення (при формуванні науково-практичних пропозицій щодо шляхів та потенціалу розвитку автомобільного ринку в Україні).

Теоретичною основою наукового дослідження є праці провідних вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів з проблем державного регулювання автомобільного ринку. Інформаційну базу дослідження становлять законодавчо-нормативні акти України, статистичні дані та матеріали Державної служби статистики України, Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, міжнародних інституцій та ін.

Практичне значення роботи полягає в тому, що теоретичні основи, висновки та практичні рекомендації автора можна використовувати в процесі підвищення ефективності державного регулювання авторинку України.

Апробація результатів дослідження. Основні положення та результати дипломної роботи обговорювалися на XII Міжнародній науково-практичній конференції «Модернізація господарського механізму через призму економічних, правових, соціальних та інженерних підходів» (22 листопада 2018 року, м. Мінськ, Білорусія); Міжнародній науково-практичній конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Сучасні проблеми менеджменту» (7 листопада 2018 року, м. Луцьк). За результатами роботи опубліковано дві наукові праці.

Структура та обсяги роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел і додатків. Основний зміст роботи викладено на 95 сторінках комп'ютерного тексту. Дипломна робота містить 10 рисунків, 11 таблиць, список використаних джерел, що включає 78 найменувань.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ АВТОРИНКУ

1.1. Ринок автомобілів як олігополістична модель ринкової структури

у сучасній економічній теорії існують три основних концепції щодо визначення джерел формування конкурентних переваг підприємства, які представлені в порядку їх формування: ринкова, ресурсна, інституціональна. Ринкова концепція конкурентних переваг визнає як основу конкурентних переваг ринкове положення і стратегічне галузеве положення суб'єктів господарювання, тому і вибір стратегії залежить переважно від особливостей типу ринку, а також наявних ресурсів.

За типом конкуренції в сучасній економічній теорії виділяють такі ринки : ринок чистої (досконалої) конкуренції, який передбачає рівність прав і можливостей продавців і покупців; ринок недосконалої конкуренції (ринок олігополістичної, монополістичної конкуренції і чистої монополії). Кожний із названих типів ринків має суттєві особливості, тому всім суб'єктам ринку необхідно обрати для себе той тип конкуренції, який дозволить на конкретному ринку досягти найвищого рівня конкурентних переваг.

Залежно від ринкової структури підприємства повинні в обов'язковому порядку обирати стратегії досягнення конкурентних переваг, методи і засоби їх реалізації в ринковому сегменті, де вони фактично знаходяться або мають наміри знаходитися. Таким чином, існування різних типів ринкових структур і видів конкуренції на різномірних ринках, істотно впливає на реалізацію конкурентної переваги кожного суб'єкта господарювання.

Автомобільний ринок України представляє такий тип ринкової структури як недосконала конкуренція, а точніше – олігополія. Для розуміння механізму функціонування ринку, на нашу думку, необхідно дослідити теоретичні засади

функціонування недосконалої конкуренції та прослідкувати еволюцію її розвитку.

Зазначимо, що виникнення концепції «монополістичної конкуренції» пов'язане із специфікою розвитку економіки на початку ХХ століття, а саме – появою великих монополій і зростанням значимості державної політики в регулюванні економіки. Зазначені процеси знайшли своє відображення у наукових працях провідних вчених-економістів – Едварда Х. Чемберліна «Теорія монополістичної конкуренції» [75], а також Дж. Робінсон «Економічна теорія недосконалої конкуренції» [77]. Е. Чемберлін висловив думку щодо міцності «співіснування» монополії і конкуренції, вказавши на два основних способи їх поєднання:

1) формування ринку унікальних товарів, що можливо під час існування двох або невеликої кількості продавців;

2) організації ринку диференційованих товарів (послуг) під час суттєвого контролю продавців над продуктами із своєрідними якостями.

Що стосується позиції Дж. Робінсон, то вона вважала функції монополії корисними для суспільства і вбачала їх у зниженні витрат виробництва внаслідок насамперед ефекту масштабу, стимулювання технічного прогресу за наявного інвестиційного потенціалу, стабілізації ринків і економіки загалом [62, с. 253]. Крім цінової конкуренції, Дж. Робінсон пропонує й інші засоби боротьби: репутація компанії, рівень якості продукції, реклама, специфіка обслуговування клієнтів, можливість отримання вигідних кредитів тощо.

Згідно з вченням Е. Чемберліна і Дж. Робінсон найбільш загальновідомими формами недосконалої конкуренції є:

- монополістична конкуренція, що характеризується протиборством між суб'єктами ринку, влада яких залежить від унікальних відмінностей належних їм продуктів;

- олігополістична конкуренція, яка проявляється в змаганні між фірмами, ринкова влада яких детермінована їх ринковою часткою;

- чиста монополія, яка є ринком, де діє тільки одна фірма, спроможна безпосередньо впливати на ринковий попит і пропозицію, а значить і на ринкову ціну.

При цьому недосконалим є ринок на якому не реалізується щонайменше одна з умов чистої (досконалої) конкуренції. Надалі критика концепції досконалої конкуренції, розпочата Е. Чемберліном, була продовжена в дослідженнях Й. Шумпетера, визнаного автора теорії ефективної конкуренції. Ним було доведено, що нововведення є більш ефективним підґрунтям для конкуренції нового типу, ніж цінова конкуренція [72, с. 360-376].

Й. Шумпетер уважав ефективною лише конкуренцію, яка базується на зниженні виробничих витрат і підвищенні якості продукції завдяки технічним, організаційним і управлінським новаціям. На його думку, найбільшим потенціалом для впровадження нововведень володіють великі компанії та їх монопольні утворення. Саме монополії, які отримують надприбутки внаслідок формування конкурентних переваг на інноваційній основі, Й. Шумпетер уважав ефективною монополією.

Розвитком концепції ефективної конкуренції Й. Шумпетера стали дослідження австрійського економіста Ф. Хайєка, який пояснював конкуренцію як спосіб розширення знань у результаті виявлення виробниками нових потреб, а споживачами – нових засобів їх задоволення [69, с. 5-14].

Конкурентні переваги для сучасних компаній, які використовують методи нецінової конкуренції, не завжди стосуються технології виробництва, досить часто вони реалізуються у сфері маркетингу, обслуговування, НДДКР, управлінських (менеджмент якості, бренд-менеджмент, реінжиніринг тощо) і фінансових інновацій. Про це зазначав М. Портер, який довів, що підхід до індивідуалізації може мати різні форми: імідж, торгову марку, технологію, особливі послуги покупцям [46, с. 56]. Крім того, конкурентна перевага компанії значною мірою визначається ефективними зв'язками з постачальниками і споживачами. Найкраща організація таких зв'язків допоможе компанії отримати додаткові конкурентні переваги.

Як зазначалося вище, автомобільний ринок представляє такий тип недосконалої конкуренції як олігополія. Олігополістична конкуренція (греч. oligos – нечисленний, poleo – продати) буквально означає домінування в галузі невеликої кількості продавців і відноситься до недосконалого типу конкуренції. Вона характеризується діяльністю декількох дуже великих підприємств, які конкурують між собою і контролюють вагомую частину виробництва і реалізації продукції.

Існування реальної олігополії Д. Робінсон уважала явищем більш поширеним, ніж існування досконалої конкуренції й абсолютної монополії. Іншими словами, олігополія існує, якщо число фірм у галузі настільки мале, що під час формування цінової політики одна з них повинна брати до уваги реакцію з боку конкурентів [62].

Характерні ознаки олігополістичного ринку:

1. Невелика чисельність фірм. Олігополія у буквальному перекладі з грецької мови означає «панування небагатьох», тому головною ознакою олігополістичного ринку є панування на ньому кількох фірм, їх може бути від трьох до двадцяти, оскільки олігополія займає весь проміжок між чистою монополією та монополістичною конкуренцією. Олігополістичний ринок формується за умови досягнення високого ступеня концентрації виробництва.

Для його виміру використовується ціла система показників, серед яких:

- частка кількох найбільших виробників (як правило, чотирьох чи восьми) у загальному обсязі галузевого продажу. Для підтримки конкурентного середовища у багатьох країнах встановлюється гранична межа галузевої концентрації виробництва. Так, у Сполучених Штатах Америки вважається, що для нормального розвитку галузі має бути не менше ніж 10 конкуруючих фірм. При цьому на частку найбільшої з них не повинно припадати більше ніж 31% усіх галузевих продаж, двох фірм — не більше ніж 44, трьох — не більше ніж 54, чотирьох — не більше ніж 64%;

- індекс Херфіндаля-Хіршмана, в основу розрахунку якого теж покладена частка окремих виробників на галузевому ринку продаж де d –

частка кожної окремої фірми на галузевому ринку продаж, %. Максимального значення цей індекс досягає тоді, коли галузь представлена однією чистою монополією ($100^2 = 10\ 000$). Тому, чим менший індекс Херфіндаля-Хіршмана, тим більш конкурентним можна вважати ринок. Найхарактернішим для олігополістичного ринку є значення індексу від 1200 до 5000. Проте застосування зазначених показників не завжди реально відображає ступінь розвитку конкуренції, оскільки всі показники, як правило, розраховуються для загальнодержавного ринку. Реально кожен ринок має свої обмежені географічні рамки. Більше того, деякі товари взагалі не утворюють єдиного загальнодержавного ринку, а завжди формуються лише на певних територіях.

Досить суттєвим у формуванні конкурентного середовища для відкритих економік є зовнішній фактор – іноземні виробники. Тому, визначаючи модель ринку, яка склалася у тій чи іншій галузі, слід обов'язково враховувати доступність на нього виробників аналогічної продукції з інших країн.

2. Товар, що продається на ринку може бути як стандартизований (ринок алюмінію) так і диференційований (автомобільний ринок). Типовими олігополістичними ринками є ринки сталі та автомобілів. Якщо у першому випадку виробляється стандартний продукт, то у другому він досить диференційований. Однак вид продукту (стандартний чи диференційований) суттєво не впливає на функціонування олігополістичного ринку.

3. Взаємозалежність фірм-олігополістів. Жодна із них не може проводити незалежну економічну політику. Вони повинні враховувати реакцію конкурентів на свої дії. Олігополія подібна до гри в шахи, коли йде прорахунок варіантів дій конкурента. Якщо одна із фірм почне проводити незалежні економічні дії, то від цього можуть постраждати загальні прибутки. Оскільки частка будь-якого виробника на загальному ринку відповідного товару досить значна, кожен з них може проводити самостійну цінову політику. Чи то зниження цін окремим виробником та збільшення обсягів продажу, чи то підвищення цін за рахунок обмеження пропозиції певним чином впливають на загальну динаміку цін у галузі. Однак слід враховувати, що результати цього

впливу багато в чому будуть залежати від реакції на дії одного учасника ринку з боку інших виробників.

4. Високі вхідні бар'єри для появи в галузі нових конкурентів, причому ці бар'єри поділяються на природні та штучні. Економія на масштабах може спричинити до того, що на ринку можуть співіснувати лише декілька фірм; відсутність патенту чи незнання технології можуть завадити потенційним конкурентам, а необхідність витратити гроші на визнання ринком марки чи завоювання ринкової репутації може перекрити доступ до ринку фірмам-новачкам. Це приклади «природних» вхідних бар'єрів.

5. Немає єдиної моделі олігополії. Їх може бути безліч. Олігополістична модель ринку – майже така поширена модель, як і ринок монополістичної конкуренції. Це спричинено, зокрема, такими обставинами:

- при відносно незначній кількості виробників у більшості галузей є можливість досягти ефекту масштабу. У цьому разі перехід до великих фірм обов'язково супроводжуватиметься поглинанням конкурентів і переходом до олігополії;

- в економіці існує об'єктивне прагнення фірм до злиття, оскільки об'єднання кількох фірм може суттєво збільшити їхню частку і дати можливість новій структурі досягти вищих результатів, у тому числі за рахунок ефекту масштабу. Злиття може дати більшу економічну владу, більші можливості контролю за цінами, а також вигреш на цінах закупки ресурсів внаслідок перетворення на значного покупця. Отже, олігополія суттєво відрізняється від монополістичної конкуренції в якій фірми проводять незалежну економічну політику. А також від досконалої конкуренції та від монополії.

Завершуючи загальну характеристику олігополістичної конкуренції, слід звернути увагу на принципову відмінність цієї моделі ринку від інших, а саме: незначна кількість виробників дає можливість кожному проводити свою цінову політику, однак взаємна залежність досягає такого значення, що жодна фірма не наважиться на будь-які дії, не спробувавши прорахувати вірогідну відповідну реакцію своїх конкурентів.

Західні економісти здійснили аналіз діяльності фірм-олігополістів і зробили такі висновки про закономірності їх поведінки: 1) ціни на олігополістичному ринку є жорсткими, негнучкими; 2) якщо відбуваються зміни цін то найбільш ймовірно, що всі фірми здійснюють це одночасно.

Зауважимо, що зміни цін суттєво змінюють витрати, а криві витрат фірм-олігополістів мають специфічний вигляд (рис. 1.1). Так, крива середніх змінних витрат (AVC) в короткостроковому періоді має горизонтальний відрізок, тобто на цьому відрізку AVC постійні навіть якщо відбувається збільшення або зниження обсягу продаж. Саме ця обставина дозволяє фірмі-олігополісту тримати ціни жорсткими, незмінними навіть в період криз (циклічних коливань).

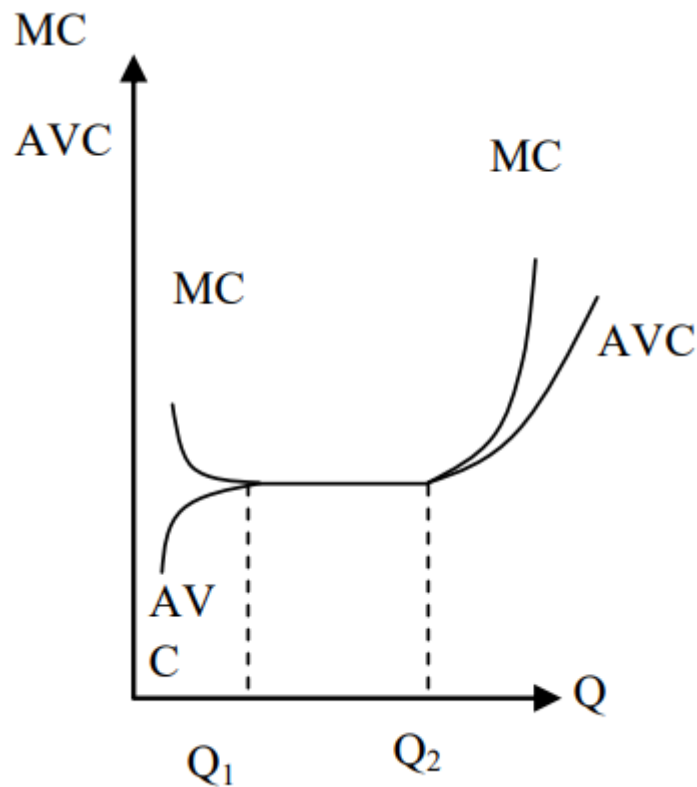


Рис. 1.1. Графічна модель динаміки середніх та граничних витрат фірми-олігополіста [44, с. 96]

Фірма-олігополіст завдяки тому, що AVC постійні на певному відрізку може пристосовуватись до коливань попиту і відповідним чином розподіляти

устаткування, капітальні ресурси на самостійні ділянки, які здатні виробляти кінцеву продукцію.

Отже, фірма-олігополіст хоче мати незмінні AVC для певних обсягів виробництва щоб з більшою вигодою діяти для себе і залишати ринкові ціни незмінними навіть в періоди сезонних та циклічних коливань попиту.

В економічній науці найбільш відомими є наступні моделі олігополії: модель дуополії Курно, модель Штакельберга, модель Бертрана.

Модель Курно (1848 р.) – це перша спроба проаналізувати поведінку двох конкурентів і відповідно здійснити певні висновки. Курно аналізує діяльність фірм А і В, кожна виробляє однорідний товар і випускає такий обсяг продукції, який максимізує її прибуток згідно з уявленням кожної фірми про реакцію конкурента. Кожен конкурент вважає випуск іншого як фіксований, що не залежить від його власного обсягу випуску. Ціна буде залежати від сумарного обсягу виробництва обох фірм.

Модель Курно отримала свій розвиток в двох моделях:

1) Модель Штакельберга – показує перевагу фірми ініціатора, яка перша на ринку оголошує свій обсяг продаж. Інші фірми визначають свій обсяг, якщо від ринкового попиту відняти обсяг продаж фірми-ініціатора. Отже, фірми-аутсайтери слідує за лідером.

2) Модель Жозефа Бертрана. Ця модель була розроблена в 1883 р. Як і у випадку з моделлю Курно, фірми виробляють однорідний товар. Однак вони замість обсягів виробництва визначають ціни.

Важливою характерною рисою олігополістичних ринків є цінові війни. Цінові війни – це цикл послідовних знижень ринкової ціни з метою завоювання більшої частини ринку і витіснення конкурентів до тих пір, поки ціна не впаде до рівня мінімальних середніх витрат. Подальше зниження ціни не вигідне ні одному із конкурентів. Цінові війни дестабілізують ринки і вони вигідні для споживачів, а тому фірми-олігополісти змушені узгоджувати свої дії, припиняти війни та домовлятися про ціни.

Ціна рівноваги на олігополістичному ринку визначається перетином кривих $MR=MC$ і на цьому ж рівні встановлюється рівноважний обсяг продаж. Якщо при цьому попит зростає або падає фірма-олігополіст залишає ціну незмінною (рис. 1.2).

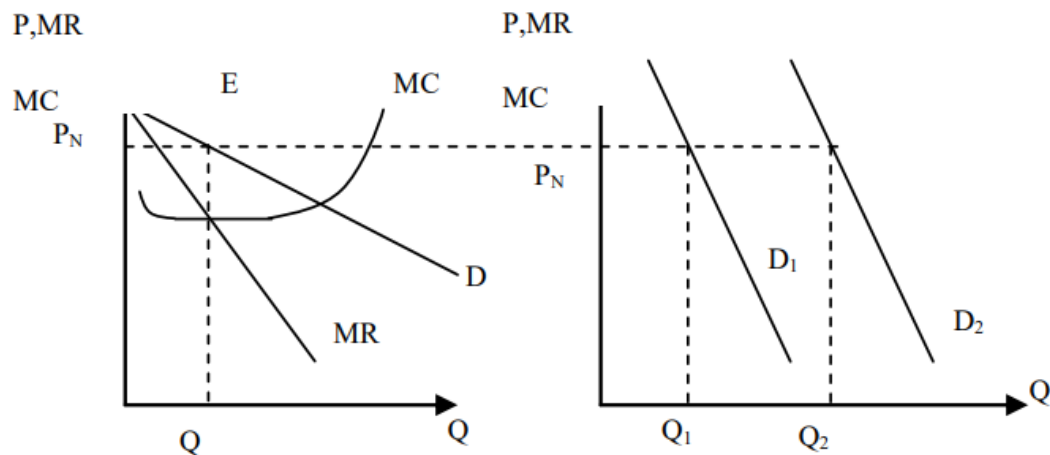


Рис. 1.2. Графічна модель формування рівноважної ціни на ринку олігополії [44, с. 98]

Узагальнюючу концепцію рівноваги олігополістичного ринку обґрунтував Неш. Рівновага Неша – це набір таких стратегій, коли кожен економічний суб'єкт обирає для себе найкращий варіант дій виходячи із того, що інші учасники також дотримуються даної стратегії, тобто ні одна із фірм не може повністю реалізувати свій потенціал на ринку без врахування реакції конкурента. Оскільки кожен із учасників процесу не має причин відхилитися від оптимального положення, то дані стратегії є ефективними.

Варіанти вибору оптимальної ціни та обсягів виробництва на олігополістичному ринку залежать від конкретного варіанту олігополії. Мається на увазі, що у галузі може бути як 2-4 панівні фірми (жорстка олігополія), так і 10-20 (м'яка олігополія). Механізми взаємодії фірм за таких умов будуть різними. Крім того, загальна взаємозалежність ускладнює передбачення відповідної реакції конкурента та унеможливорює розрахунок попиту та граничного доходу для олігополіста. Проте це не означає, що олігополістичний ринок взагалі не піддається дослідженню. Його аналіз, що

проводиться у мікроекономіці, дає змогу виділити щонайменше дві загальні закономірності: 1) олігополістичні ціни мають тенденцію бути негнучкими, або «жорсткими»; 2) якщо олігополістичні ціни все-таки змінюються, то найбільш вірогідно, що всі фірми роблять це одночасно. Олігополістична цінова поведінка передбачає наявність стимулів до погоджених дій або до таємного зговору при встановленні цін. Виявлення цих закономірностей є результатом дослідження цінової політики олігополіста.

Отже, підсумовуючи вищевикладене, зауважимо, що врахування типу поведінки фірм на ринку олігополії є вкрай важливим при виборі інструментарію державного впливу на автомобільний ринок України.

1.2. Необхідність та концептуальні основи державного регулювання економіки

Ставлення до державного втручання в економіку було різним на різних етапах його становлення та розвитку. У період формування ринкових відносин у XVII і XVIII ст. державне втручання і пов'язані з ним різного роду обмеження стали розглядатися як перешкода підприємництву.

Ідеї, які виникли наприкінці XVIII ст. на зміну меркантилізму у вигляді економічного лібералізму, знайшли в економіці велику кількість прихильників.

Незалежно від тих чи інших панівних економічних доктрин ніхто і ніколи не знімав з національних урядів відповідальності за економічний стан країни. Усі сходяться в розумінні того, що «невидима» рука ринку повинна доповнюватися «видимою» рукою держави. Однак у цілому економічна роль держави ще на початку XX ст. була максимально обмежена, оскільки національне виробництво стало майже винятковою сферою приватного бізнесу [78].

Прихильники теорії класичного капіталізму були впевнені, що недостатня величина сукупного попиту в умовах гнучкості цін не може бути причиною

зменшення реального обсягу виробництва нижче природного рівня. Вони вважали, що попит завжди буде достатнім для того, щоб спожити всю продукцію, вироблену на базі наявних ресурсів і сучасної технології.

Це положення ґрунтується на законі Ж.Б. Сея, за яким пропозиція створює власний попит. Тому об'єктивно не може бути розриву між сукупним попитом і сукупною пропозицією: зміна сукупної пропозиції породжує таку ж зміну сукупного попиту. Інша справа – економіка з адміністративно-командним типом управління.

Різновидом господарства, в якому існував вкрай високий ступінь державного регулювання і державного монополізму, була побудована в нашій країні як централізовано керована економіка. В її основі лежало всеосяжне директивне планування, тобто централізоване рішення питань про те, в якій кількості і що виробляти, які при цьому повинні бути використані ресурси, в якому обсязі витрачена праця і капітал, яка повинна бути оплата праці тощо. Завдання скласти збалансованого, пов'язаного по всіх статтях, плану, практично неможливо у зв'язку зі своєю колосальною складністю. Але навіть у малоімовірному випадку появи збалансованого плану система, де всі дії економічних суб'єктів розписуються на п'ять років уперед за роками, кварталами, місяцями, виявляється малорухомою; вона погано пристосовується до змін. Одна з причин – зі сфери економіки виключалася приватна ініціатива. Усі економічні агенти діяли на основі планових завдань, наказів і розпоряджень, які спускаються зверху [32, с. 57].

Економічної самостійності було стільки, скільки вважав корисним і прийнятним державний центр (уряд). Жорстка централізація, крім позбавлення ініціативи, створювала ще й бюрократичні обмеження розвитку.

Будь-яка життєздатна система господарювання передбачає наявність прямих і зворотних зв'язків. Такі зв'язки лежать і в основі ринкового механізму саморегулювання. Рівновага між попитом і пропозицією встановлюється за наявності прямих (від виробництва до ринку) і зворотних (від ринку до виробництва) зв'язків, що діють через життєздатну, гнучку систему цін.

У плановій економіці існували, хоча і деформовані, прямі зв'язки, але практично не діяли зворотні. Відсутність зворотних зв'язків при нерухомих і перекручених цінах робила систему нечутливою до динаміки споживчого попиту. Одним з наслідків цього – надвиробництво в одних галузях і дефіцит в інших. Спроби ліквідувати дефіцит якихось товарів часто знову приводили до перевиробництва при їх невисокій якості. Дефіцит був всеохопним явищем планової економіки. При державному монополізмі в управлінні економікою виявляється блокований конкурентний механізм, якому ринкова економіка, перш за все, і зобов'язана своєю ефективністю.

По відношенню до економічної системи держава виступає, в силу своєї природи і призначення, як економічний агент, що володіє правом і можливістю примусу, наприклад у сфері податкової політики, державного законодавства. Примусовий підхід часто обґрунтовується політичною філософією, що вимагає підпорядкування особистих інтересів громадським. Але якщо такий підхід однобоко застосовується державою, це зводить нанівець усі переваги вільного підприємництва, заснованого на конкуренції і ринковому ціноутворенні. Вибір міри державного втручання в економіку – питання не тільки науки, але і мистецтва державного управління [26].

Важливий етап у теоретичному усвідомленні ролі держави в ринковій економіці був пов'язаний з ім'ям видатного англійського економіста Дж. М. Кейнса. Ідеї, висунуті в ході «кейнсіанської революції», зробили переворот у класичному сприйнятті ринкової економіки. Вони довели неможливість самостійного подолання економічного спаду, необхідність державної політики як засобу, здатного врівноважувати сукупний попит і сукупну пропозицію, виводити економіку з кризового стану, сприяти її подальшій стабілізації.

У практичному плані економічну політику, що відображає ідеї Кейнса, коли через відповідний грошово-кредитний і фінансовий інструментарій регулювався сукупний попит, проводило більшість розвинених країн світу після другої світової війни. Вважається, що вона багато в чому сприяла пом'якшенню циклічних коливань економіки цих країн.

Класики економічної науки виходили з тези про необхідність виконання державою традиційних функцій, розуміючи, що існують сфери, які знаходяться поза межами досяжності ринкового конкурентного механізму. Це, насамперед, стосується так званих суспільних товарів (public goods), тобто товарів і послуг, які споживаються колективно. Очевидно, що держава повинна брати на себе турботу про їх виробництво та організовувати спільну оплату громадянами цієї продукції. До проблем, які не вирішує ринковий конкурентний механізм, відносяться зовнішні, або побічні, ефекти (externalities). Коли виробництво якої-небудь продукції призводить до забруднення навколишнього середовища, то, як правило, потрібні додаткові витрати. При цьому на ціні продукту, виробництво якого спричинило за собою подібні побічні ефекти, це може і не позначитися. Механізм ринку часто не реагує на явища, які стали справжнім лихом для людства. Зовнішні або побічні, ефекти можна регулювати, спираючись на прямий контроль держави.

Держава повинна оцінювати проблеми, що виникають, з точки зору суспільних перспектив і впливати на їх рішення. Економічна практика виявила в XIX ст. і підтвердила в XX ст., що існують ситуації так званого «фіаско ринку», коли ринкова координація не забезпечує ефективного використання ресурсів. Інакше кажучи, відповіді на питання, що, як і для кого виробляти, які дає саморегулююча ринкова система, не завжди відповідають дійсним потребам суспільства.

Слід також зазначити, що ринковий вибір «сліпий» до проблем справедливості і рівності. Нічим не обмежений ринковий розподіл, справедливий з точки зору законів ринку, призводить до різкої диференціації доходів, соціальної незахищеності. Коли ринковий розподіл не влаштовує більшість населення, це загрожує серйозними соціальними конфліктами. Коригувати розподіл, який забезпечує ринок, повинна держава.

Втручання держави вимагає й інша ринкова проблема – безробіття. Необхідно застосувати зусилля для її скорочення або пом'якшення її наслідків, якщо вона все ж неминуча. Негативні наслідки наведених дій та інших факторів

призвели до усвідомлення того, що надії тільки на ринкове самоврівноваження можуть поставити під питання саме існування ринкової системи. Особливо яскраво це виявилось в період «Великої депресії» 1929-1933 рр. [26].

Важливою і необхідною умовою розвитку національної економіки є інвестиційна активність підприємців і держави. Національне виробництво прямо залежить від капіталовкладень у науку, техніку, підготовку висококваліфікованих кадрів, організацію виробництва і праці, а останні, за умови їх виконання, діють як мультіплікатор – забезпечують економічне зростання в розширеному варіанті.

Системи, цілком засновані на невтручанні держави (*laissez fair*), не існувало і в XIX ст., і до нього. У XX ст. найважливішою складовою успіху країн не тільки з розвиненою ринковою економікою, але і в ще більшому ступені, що розвиваються, як уже зазначалося, стала регулююча роль держави.

Різноманіття завдань, які стоять перед державою в економіці, можна виразити за допомогою економічних функцій, які виконує держава. До них відносяться: створення і регулювання правової основи функціонування економіки; антимонопольне регулювання; проведення політики макроекономічної стабілізації; вплив на розміщення ресурсів; діяльність у сфері розподілу доходів.

Усі функції переплетені між собою і в комплексі впливають на економічну ситуацію. Наприклад, антимонопольна діяльність припускає наявність відповідного законодавства, а її результати будуть позначатися на розміщенні ресурсів і на розподілі доходів.

Обмеження ролі держави сьогодні вже не є самоціллю реформ. Навіть у випадку високоорганізованої ринкової системи потрібно вдосконалювати роботу органів державної влади для ефективного задоволення суспільних потреб. Діяльність держави характеризується двома різними поняттями – його потенціалом і ефективністю. Під потенціалом розуміють здатність держави ефективно проводити і пропагувати колективні заходи; а під ефективністю –

результат використання потенціалу для задоволення зростаючого попиту суспільства на відповідні блага [32, с. 60].

Держава з великими потенційними можливостями може бути більш ефективною. Однак держава може мати значний потенціал і не мати достатню ефективність, якщо цей потенціал не використовують відповідно до його призначення і можливостей. Саме на підставі досвіду розвинутих країн вітчизняні вчені-економісти сформулювали головні напрями та інструменти державного регулювання економіки України. У процесі її ринкової трансформації найбільш ефективним є використання на практиці таких інструментів державного регулювання, як фіскальна політика, грошово-кредитна політика НБУ, інвестиційна політика, регулювання цін і валютного курсу, державні замовлення (контракти).

Виділимо головні форми і методи втручання держави в економіку. Перш за все важливо розрізнити дві основні форми цього процесу: пряме втручання через розширення державної власності на матеріальні ресурси, законотворчість і непряме (опосередковане) втручання за допомогою різних заходів економічної політики (рис. 1.3).

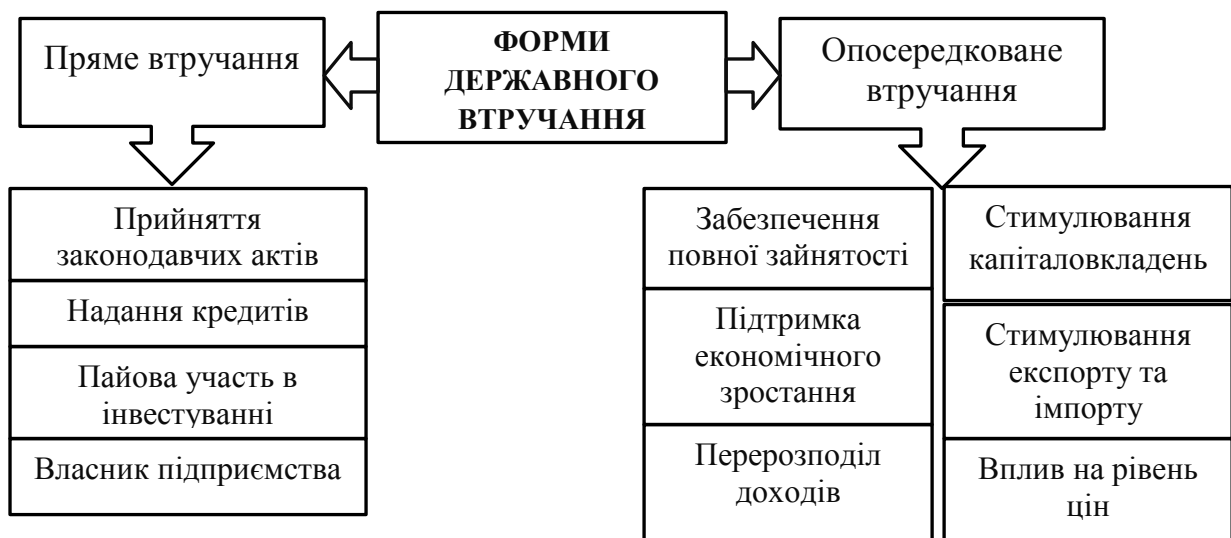


Рис. 1.3. Основні форми державного втручання в економіку [32, с. 60]

1) Пряме втручання: в усіх промислово розвинених країнах існує більш-менш значний за своїми масштабами державний сектор економіки. Його розміри можуть бути критерієм економічної ролі держави, хоча він неабсолютний. Держава володіє капіталами в найрізноманітніших формах, надає кредити, бере пайову участь, є власником підприємства. Це робить державу власником частини суспільного капіталу. У державному секторі західних країн зайнята досить велика група людей: від 11 % загальної чисельності осіб найманої праці у Франції та Італії до 8-9 % у Німеччині, Бельгії та Голландії.

У всіх розвинених країнах становлення та розвиток державного сектора відбувалося практично в одних і тих же галузях (вугільна промисловість, електроенергетика, морський, залізничний та повітряний транспорт, авіація та космонавтика, атомна енергетика тощо). Мова йде, як правило, про галузі, де інвестиційні ресурси, тобто сукупність обладнання і машин, необхідних для виробництва, мають особливо велике значення і вартість їх велика.

Однак така величина інвестиційних ресурсів робить ці галузі досить чутливими до конкуренції і періодичних криз. Пряме втручання держави – це прийняття законодавчих актів, покликаних впорядкувати та розвивати відносини між усіма елементами ринкової системи. Приклади державного регулювання економіки шляхом видання законодавчих актів надзвичайно різноманітні.

2) Непряме втручання: залежно від мети втручання заходи економічної політики можуть бути спрямовані на стимулювання капіталовкладень і відновлення (якщо це можливо) рівноваги між заощадженнями та інвестиціями; забезпечення повної зайнятості; стимулювання експорту та імпорту товарів, капіталів і робочої сили; вплив на загальний рівень цін в цілях його стабілізації і ціни на деякі специфічні товари; підтримку сталого економічного зростання; перерозподіл доходів і деякі інші цілі. Для проведення цих різноманітних заходів держава використовує головним чином фіскальну та кредитно-грошову політику.

Фіскальна політика реалізується через бюджетну. Її можна визначити як політику, що проводиться шляхом маніпулювання державними доходами (насамперед податками) та витратами. Кредитно-грошова політика – це політика, що проводиться шляхом регулювання грошової маси в обігу і вдосконалення кредитної сфери. Обидва ці напрями державної політики тісно пов'язані один з одним. Однак цей зв'язок у ринковій і централізованій економіці істотно розрізняється. Країни з ринковою економікою, що почали формуватися 2-3 сторіччя тому, постійно шукають оптимальне поєднання державного регулювання і функціонування природно сформованого ринкового механізму. Країни зі сформованою централізованою економічною системою намагаються в ході роздержавлення відродити за допомогою держави (як це не парадоксально) той самий потужний, животворний приватний інтерес, без якого не може бути ринку. Головна проблема при цьому – не задушити його в державною увагою.

Під методами державного регулювання економіки треба розуміти способи впливу держави через законодавчі і виконавчі органи на сферу підприємництва, інфраструктуру ринку, некомерційний сектор економіки з метою створення або забезпечення умов їх діяльності відповідно до національної економічної політики.

Система управління виробничими галузями на початку перехідного періоду ґрунтувалася на адміністративних методах керівництва із поступовим використанням принципів територіально-галузевого і функціонально-галузевого управління, які давали можливість узгодити державні, галузеві і регіональні інтереси з інтересами трудових колективів. Поступово все більшого поширення стало набувати використання економічних методів з боку держави. Вони охоплюють фіскальну та грошово-кредитну політику НБУ.

Самостійним комплексним методом державного регулювання економіки є державне економічне програмування, що охоплює численні цілі та весь набір інструментів державного регулювання економіки.

Діяльність підприємств з державною формою власності регулюють, в основному, адміністративними методами впливу, а діяльність підприємств з недержавною формою власності в перехідний період – головним чином, економічними (через фіскальну політику та грошово-кредитну політику). Тим не менш і в другому випадку можна використовувати елементи адміністративного управління. За допомогою економічних методів держава може впливати на співвідношення попиту і пропозиції на фінансових ринках. До організаційних заходів, які відіграють важливу роль у системі державного управління і регулювання економіки, належать і пропонувані Кабінетом Міністрів України способи виведення економіки з «тіньового сектора». У загальному вигляді вони зводяться до такого:

- Скорочення ліцензованих видів підприємницької діяльності.
- Спрощення процедури реєстрації підприємств; упровадження мінімального терміну розгляду заяв на реєстрацію; установлення персональної відповідальності посадових осіб, які порушують процедуру реєстрації.
- Уточнення та спрощення процедури митного оформлення та операції зовнішньої торгівлі, митного контролю з одночасним забезпеченням їхньої прозорості. Удосконалення процедури оскарження дій посадових осіб і механізму їх персональної відповідальності за зволікання та порушення митних правил.
- Лібералізація відносин та необґрунтованих обмежень на фінансові операції; розширення сфери застосування фіксованих податків.
- Реалізація заходів щодо лібералізації внутрішніх ринків газу, електроенергії, зерна і реструктуризації монопольних утворень у сфері транспорту та зв'язку.

Держава вже усвідомила свою нову роль і призначення в сучасних умовах розвитку світового господарства її економічна роль залежить не від ступеня втручання в ринковий механізм, а від участі в забезпеченні внутрішніх і зовнішніх умов ефективного функціонування національної економіки.

Економічно ефективною держава може бути лише тоді, коли вона забезпечує умови для того, щоб була ефективною сама економіка.

1.3. Інструментарій державного регулювання автомобільного ринку

Традиційно, механізм державного регулювання будь-яких соціально-економічних процесів включає чотири елементи: 1) ієрархічну систему органів державної влади, 2) повноваження органів державної влади, 3) методи державного регулювання, 4) нормативно-правову базу державного регулювання.

Задля забезпечення повноти дослідження діючого вітчизняного механізму державного регулювання розвитку автомобілебудування та ринку продажу автомобілів вважаємо необхідним надати характеристику вищезазначеним його складовим.

Органи державної влади, що здійснюють державне регулювання, є суб'єктами управління та функціонують на макро- та мезорівнях.

На рис. 1.4 представлена дворівнева (що включає макрорівень і мезорівень) ієрархічної системи органів державної влади, що нині регулюють розвиток автомобілебудування та ринку продажу автомобілів в Україні.

На макрорівні органи державної влади представлені законодавчим органом – Верховною Радою України, главою держави – Президентом України та виконавчим органом – Кабінетом Міністрів України.

Верховна Рада України та Президент України взаємно контролюють діяльність один одного; Кабінет Міністрів України відповідальний перед Президентом України та Верховною Радою України, підконтрольний і підзвітний Верховній Раді України [22].

Рис. 1.4

Верховна Рада України містить у своєму складі ряд комітетів, серед яких такі важливі установи в регулюванні розвитку автомобілебудування та ринку продажу автомобілів, як: Комітет з питань бюджету, Комітет з питань економічної політики, Комітет з питань промислової політики та підприємництва, Комітет з питань податкової та митної політики, Комітет з питань транспорту, Комітет з питань науки і освіти [57].

Кабінет Міністрів України включає низку міністерств та відомств, серед яких у контексті дослідження механізму державного регулювання розвитку автомобілебудування та ринку продажу автомобілів (та за аналогією до комітетів Верховної Ради України) слід виділити такі: Міністерство фінансів, Міністерство економічного розвитку та торгівлі, Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства, Міністерство інфраструктури, Міністерство освіти і науки [22].

На мезорівні (в областях та районах) державне регулювання розвитку вітчизняного автомобілебудування та національного ринку продажу автомобілів здійснюється лише виконавчими органами – місцевими державними адміністраціями (голови яких відповідальні перед Президентом України і Кабінетом Міністрів України, підзвітні та підконтрольні Кабінету Міністрів України), а також органами місцевого самоврядування [56; 54; 55].

Значною мірою місцезнаходження тих чи інших органів законодавчої та виконавчої влади у представлений на рис. 1.4 ієрархічній системі визначається широтою їх повноважень у сфері державного регулювання розвитку автомобілебудування та ринку продажу автомобілів.

Реалізація органами державної влади на макро- та мезорівнях представлених у табл. 1.1 повноважень провадиться через застосування методології державного регулювання, що, як правило, включає методи прямого та непрямого впливу. При цьому, традиційно методами прямого впливу є правові та адміністративні методи, непрямого впливу – економічні та соціально-психологічні методи державного регулювання.

Повноваження органів законодавчої та виконавчої влади щодо державного регулювання розвитку автомобілебудування та ринку продажу автомобілів в Україні

Органи державної влади	Основні повноваження
1	2
<i>Макрорівень</i>	
Президент України	Представлення держави в міжнародних відносинах, здійснення керівництва зовнішньополітичною діяльністю держави, ведення переговорів та укладення міжнародних договорів України, ветовання прийнятих Верховною Радою України законів
Верховна Рада України, у тому числі:	Прийняття законів, затвердження Державного бюджету України та внесення змін до нього, контроль за виконанням Державного бюджету, визначення засад внутрішньої і зовнішньої політики, затвердження загальнодержавних програм економічного, науково-технічного, соціального розвитку, охорони довкілля
Комітет з питань бюджету	Провадження державної бюджетної політики, вирішення питань з приводу доходів і видатків бюджету, здійснення контролю за виконанням бюджету, проведення експертизи щодо впливу законопроектів, проектів інших актів на показники бюджету
Комітет з питань економічної політики	Провадження державної економічної політики, регулювання державних закупівель, регулювання рівня цін, тарифів, процесів ціноутворення, удосконалення господарського законодавства, провадження антимонопольної політики, забезпечення розвитку економічної конкуренції, захист прав споживачів
Комітет з питань промислової політики та підприємництва	Здійснення промислової політики та забезпечення розвитку окремих галузей виробництва, провадження зовнішньоекономічної та інвестиційної діяльності, запровадження спеціальних (вільних) економічних зон і територій пріоритетного розвитку, технологічних парків, здійснення стандартизації, забезпечення публічно-приватного партнерства, стимулювання розвитку підприємницької діяльності, гарантування прав і законних інтересів суб'єктів підприємництва
Комітет з питань податкової та митної політики	Регулювання системи оподаткування, установлення та надання податкових пільг, регулювання митних тарифів, контроль бухгалтерського обліку та звітності підприємств
Комітет з питань транспорту	Забезпечення інтенсивного розвитку автомобільного транспорту в державі, підвищення безпеки автомобільного транспорту
Комітет з питань науки і освіти	Регулювання освітньої, наукової та науково-технічної діяльності, діяльності наукових парків, стимулювання інноваційної діяльності та розвитку високих технологій, регламентація відносин з приводу набуття права інтелектуальної власності та засад здійснення наукових і науково-технічних експертиз

<i>Продовж. табл. 1.1</i>	
1	2
Кабінет Міністрів України, у тому числі:	Забезпечення економічної самостійності України, здійснення внутрішньої і зовнішньої політики держави, виконання Конституції і законів України, актів Президента України, проведення фінансової, цінової, інвестиційної та податкової політики, політики у сферах праці й зайнятості населення, освіти і науки, екологічної безпеки, розроблення і здійснення загальнодержавних програм економічного, науково-технічного та соціального розвитку України, забезпечення рівних умов для розвитку всіх форм власності, здійснення управління об'єктами державної власності, розроблення проекту закону про Державний бюджет України і забезпечення виконання затвердженого Верховною Радою України Державного бюджету України, подання Верховній Раді України звіту про його виконання, організація і забезпечення здійснення зовнішньоекономічної діяльності України, митної справи, спрямовування та координація роботи міністерств, інших органів виконавчої влади
Міністерство фінансів	Забезпечення формування та реалізації державної фінансової та бюджетної політики, забезпечення формування та реалізації державної політики у сфері державного фінансового контролю, забезпечення формування та реалізації єдиної державної податкової та митної політики, забезпечення концентрації фінансових ресурсів на пріоритетних напрямках соціально-економічного розвитку
Міністерство економічного розвитку і торгівлі	Формування та забезпечення реалізації державної політики економічного і соціального розвитку, цінової, інвестиційної, зовнішньоекономічної політики, державної політики у сферах торгівлі, інтелектуальної власності, державної регіональної політики, державної політики з питань розвитку підприємництва, технічного регулювання та захисту прав споживачів, а також міжвідомчої координації з питань економічного і соціального співробітництва України з Європейським Союзом
Міністерство регіонального розвитку, будівництва та житлово-комунального господарства	Формування та реалізація державної регіональної політики, політики у сфері ефективного використання паливно-енергетичних ресурсів, енергозбереження, відновлюваних джерел енергії та альтернативних видів палива, розроблення і здійснення заходів, спрямованих на розбудову інфраструктури регіонів, розвиток міжрегіонального економічного співробітництва, сприяння комплексному соціально-економічному розвитку регіонів, розроблення державної стратегії регіонального розвитку, щорічних планів заходів щодо її реалізації, здійснення методологічного керівництва та координації діяльності з підготовки регіональних стратегій розвитку
Міністерство інфраструктури	Забезпечення формування та реалізації державної політики з питань розвитку транспортної інфраструктури, у тому числі у сфері автомобільного транспорту, забезпечення формування та реалізації державної політики з питань безпеки на автомобільному транспорті загального користування, а також державного нагляду (контролю) за безпекою на автомобільному транспорті загального користування

Адміністративні методи державного регулювання – це інструменти прямого впливу держави на діяльність суб'єктів ринку. Їхні ознаки: прямий

вплив державного органу або посадових осіб на дії виконавців через встановлення їхніх обов'язків, норм поведінки та віддавання команд (наказів, розпоряджень); безальтернативний вибір способів розв'язання завдань, варіанту поведінки; обов'язковість виконання наказів, розпоряджень; відповідальність суб'єктів господарювання за ухиляння від виконання наказів. Основними інструментами адміністративного регулювання є ліцензії, квоти, санкції, норми, стандарти, державні замовлення, ціни тощо [10, с. 98].

Застосування економічних методів державного регулювання економіки дає змогу створювати економічні умови, які спонукають суб'єктів ринку діяти у необхідному для суспільства напрямі, вирішувати ті чи інші завдання згідно з загальнодержавними та приватними інтересами. Регулювання за допомогою економічних методів дає змогу суб'єктам ринку зберегти право на вільний вибір своєї поведінки.

Наочно методи державного регулювання розвитку вітчизняного автомобілебудування та національного ринку продажу автомобілів представлено на рис. 1.5.

Економічне регулювання здійснюється інструментами фіскальної, бюджетної, податкової, грошово-кредитної, амортизаційної політики держави, інших напрямів державної економічної політики.

Інструментами фіскальної політики є державні закупівлі, які характеризують бюджетні видатки, і податки, які визначають бюджетні доходи. У рамках бюджетної політики держава здійснює пряме фінансування установ сектору загального державного управління, фінансування інвестиційних програм, обслуговування державного боргу. Витрати державного бюджету здійснюються також у таких формах як дотації, субсидії, субвенції.

Податкова політика застосовується для поповнення державних фінансових ресурсів, а також для стимулювання економічного зростання, науково-технічного прогресу, здійснення структурних перетворень, підвищення конкурентоспроможності вітчизняних виробників.

Рис. 1.5

Податкова політика реалізується за двома напрямками: по-перше, це визначення видів податків і встановлення податкових ставок, по-друге, надання податкових пільг окремим суб'єктам (особам) з метою впливу на інвестиційний клімат і рівень грошових доходів населення.

Грошово-кредитне регулювання здійснюється з метою впливу на грошову пропозицію. Для досягнення цієї мети центральний банк (в Україні – Національний банк України) використовує такі основні інструменти: грошову емісію, операції з державними цінними паперами на відкритому ринку, зміну норми обов'язкових резервів, маніпулювання обліковою ставкою.

Найрезультативнішим напрямом амортизаційної політики є механізм прискореної амортизації. Запровадження його дає змогу підприємствам прогресивних галузей економіки вже в перші роки експлуатації машин та устаткування окупити більшу частину їхньої вартості, накопичити в амортизаційному фонді достатню кількість коштів для подальшого інвестування.

Пропагандистські (морально-етичні) методи державного регулювання економіки – це звернення держави до гідності, честі й совісті людини (підприємця, найманого робітника, державного службовця тощо). Вони охоплюють заходи виховання, роз'яснення та популяризації цілей і змісту економічної політики, засоби морального заохочення тощо. Суть цих методів полягає в тому, щоб формувати та підтримувати в людей певні переконання, духовні цінності, моральні позиції, психологічні настанови щодо діяльності держави. Ефективність морально-етичних методів залежить від належної організації пропагандистських акцій та рівня довіри людей до держави [10, с. 99].

Структура методів, що їх використовують, залежить від форм власності об'єктів регулювання. Прямі і командно-розпорядчі методи частіше використовують в управлінні підприємствами державної та муніципальної форм власності. Натомість до підприємств недержавних форм власності застосовують переважно непрямі й економічні методи регулювання. Всі форми

і методи широко використовуються в межах планово-директивної моделі й в ринкових моделях економіки [70, с. 26-29].

Американська (або ліберальна) модель господарювання в ринковій економіці широко використовується в США та інших країнах Американського континенту. Її характерними особливостями є спрямування на досягнення стабільності в розвитку економічних процесів, орієнтація на приватну власність. Регулювання економічних процесів з боку держави здійснюється за залишковим принципом у напрямках розв'язання тих проблем, які не під силу вирішити ринковим структурам. Втручання держави в економіку здійснюється через державну бюджетно-фінансову політику, податкову систему, які спрямовані на формування раціональної пропозиції за допомогою регулювання цін і заморожування інфляційних процесів.

Німецька (або неоліберальна) модель господарювання спрямована на усвідомлену підтримку відтворення умов вільної конкуренції. В основу покладено такі принципи: ринок для всіх, добробут для всіх, що означає таке зростання суми товарних цінностей, при якому вони протистоять одна одній як еквіваленти, а загальне зростання економіки супроводжується зростанням доходів більшості суб'єктів ринку та купівельної спроможності грошової одиниці. Важливими формами впливу держави на розвиток економіки в межах німецької моделі є кредитно-грошова й валютно-фінансова системи регулювання. Німецька модель господарювання побудована на узгодженні інтересів усіх суб'єктів ринкової економіки. Саме цей принцип покладено в основу системи державного регулювання економічних процесів.

Німецька та американська моделі розвитку економіки базуються на федеративному устрої держави. Наразі використання цих моделей в Україні може спровокувати політичну нестабільність, підкреслити питання проблемності регіонів.

Англійська (або європейська кейнсіанська) модель ринку набула найбільшого розвитку у таких країнах як Великобританія, Франція, Італія. Для цієї моделі характерними є такі риси: наявність значної частини державної

власності; великі державні замовлення; вагомі державні інвестиції для підтримки належного рівня зайнятості та вирішення соціальних проблем. Ця модель є досить прийнятною для регіонів України, оскільки самі вони ще не здатні вирішувати соціально-економічні проблеми господарювання [66].

Шведська модель господарювання набула поширення у Скандинавських країнах, а окремі її елементи використовувалися в Іспанії, Португалії та Греції. Характерною особливістю шведської моделі є сильна соціальна спрямованість, яка забезпечує високий рівень зайнятості населення, оплати праці. Об'єктом державного регулювання є трудові відносини на загальнонаціональному рівні. Однак для цієї моделі є характерними певні суперечності між політикою держави з підтримки високого рівня зайнятості, реалізації соціальних проблем і можливостями забезпечення високих темпів зростання економіки та підвищення ефективності господарювання, інтересами підприємців та інвесторів. Для України використання даної моделі на сучасному етапі розвитку є проблематичним, так як держава не здатна надати ефективну матеріальну підтримку як населенню, так і регіонам.

Японська модель регулювання ринкових відносин характеризується перш за все специфікою корпоративних структур. Формується особлива роль регулювання через банківсько-кредитну систему й зменшується роль бюджетно-податкового регулювання. Слід зазначити наявність в японській моделі, одночасно з ринковими, адміністративно-економічних методів регулювання.

Моделі ринку в країнах, що розвиваються (Південній Кореї, Тайваню, Кувейті, Гонконгу, Сінгапурі, Об'єднаних Арабських Еміратах та ін.), базуються на швидкій зміні патріархальних, феодальних структур і формуванні на їх основі капіталістичних відносин шляхом використання найновіших досягнень у виробництві, управлінні, включаючи процеси міжнародного поділу праці. Ці процеси здійснюються за рахунок державних коштів, які вкладаються безпосередньо державою або іноземними інвесторами. Ці країни демонструють можливість створення ринку державою за її ж рахунок [66].

Поряд з вищепроаналізованими загальновідомими методами можна використовувати ще й метод саморегулювання. Це дозволить більш активно залучати місцеві органи влади до вирішення назрілих питань. Водночас це підкріпить на практиці задекларовану в Конституції та інших нормативно-правових актах України можливість українського народу впливати на економічний розвиток окремих галузей та держави загалом.

Висновки до розділу 1

З'ясовано, що автомобільний ринок представляє олігополістичний тип ринкової структури, що дуже важливо при побудові державної стратегії його стимулювання та розвитку.

У роботі виділено та обґрунтовано дві основоположні характеристики олігопольного ринку – незначна кількість підприємств-виробників та їх взаємозалежність. Малочисельність – найбільш характерна риса олігополії, яка є об'єднанням конкуруючих фірм з метою суттєвого збільшення частки ринку й досягнення більшого ефекту масштабу. Інша причина полягає в досягненні ринкової влади – здатності контролювати ринок та ціни, до речі, традиційно не гнучкі. Взаємозалежність – це той негативний фактор, що з'являється внаслідок об'єднання фірм і надзвичайно ускладнює поведінку суб'єктів ринку, позаяк їм необхідно зважувати на відповідні дії конкурентів в разі зміни власної цінової політики. Тому олігополістична цінова поведінка має суттєві стимули до узгоджених дій, таємних змов.

На відміну від теорії конкурентних та монопольних ринків економічний аналіз не дає загальновизнаної характеристики олігополії, що пояснюється наявністю її різних типів та видів. Існують феноменологічні моделі типу «ламаної кривої попиту», «лідерства в цінах», «таємної змови», модель дуополії Курно як конкретний випадок рівноваги за Нешем.

У ході наукового дослідження було надано комплексну характеристику інструментарію державного регулювання загалом та регулювання розвитку автомобілебудування і ринку продажу автомобілів в Україні зокрема за його основними елементами (ієрархічна система органів державної влади та їх повноваження, методи та нормативно-правова база). Встановлено, що на даний момент зазначений механізм є переважно централізованим, у якому отримує реалізацію макроекономічний підхід до державного регулювання.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО РИНКУ АВТОМОБІЛІВ

2.1. Сучасний стан функціонування авторинку України

Автомобільний ринок – це сукупність фінансових відносин з приводу виробництва та організації купівлі-продажу транспортних засобів, характерними ознаками якого є самостійність учасників економічного процесу, комерційний характер їхньої взаємодії, конкуренція господарюючих суб'єктів, формування економічних пропорцій під впливом динаміки цін на автомобілі, конкурентної боротьби, попиту та пропозиції. Автомобільний ринок виконує низку важливих функцій [37], а саме:

1) регулювання (через механізм ринкових законів встановлює необхідні пропорції відтворення; завдяки цінам авторинку стимулює впровадження досягнень науки та техніки у виробництво транспортних засобів);

2) стимулювання (спонукає виробників до зниження витрат, підвищення якості та споживчих властивостей товарів);

3) розподілу (доходи споживачів і автовиробників у ринковій економіці диференціюються через ціни, зумовлюючи соціальне розшарування суспільства за доходами);

4) інтеграції (сприяє формуванню єдиного економічного простору як у межах окремої держави, так і в межах світової економіки);

5) алокації (забезпечує виробництво оптимальної кількості товарів (автомобілів) за допомогою найефективнішої комбінації ресурсів);

6) інформаційна функція (дає об'єктивну інформацію про те, які товари (авта), їх якісні характеристики користуються попитом);

7) санації (очищає суспільне виробництво від економічно слабких господарських одиниць).

Розвиток автомобілебудівної галузі України, як складової частини машинобудівного виробництва, на сьогодні є пріоритетним через його можливості впливу на економічний стан інших галузей, забезпечення стійкого зростання зайнятості населення, підвищення товарообігу, створення умов прогресивної інтеграції у міжнародне економічне суспільство.

Автомобілебудівна галузь України має специфічний характер через неефективне використання наявних ресурсів. Першочерговою причиною їх неефективного використання є застарілі технології та обладнання для виготовлення автомобілів. Галузь, яку у розвинених країнах зараховують до стратегічно важливих, в Україні значною мірою залежить від кулуарних політичних рішень, що можна включити до бар'єрів входу у галузь для іноземних інвесторів.

На сьогодні, ринок легкових автомобілів України характеризується своєю нестабільністю та непрогнозованістю у післякризовий період, що супроводжується зміною переміщення попиту на авто нижчого цінового класу. Зміну структури попиту можна пояснити зниженням платоспроможності споживачів за рахунок скорочення кредитування та зменшення реальних доходів потенційних покупців.

Автомобілебудування в Україні представлене виробництвом вантажних, легкових автомобілів і автобусів. До 1991 р. до автомобілебудівного комплексу входило 4 автомобільних заводи:

- для виготовлення легкових автомобілів – Запорізький і Луцький,
- для виробництва вантажівок – Кременчуцький автозавод;
- для виробництва автобусів – Львівський автобусний завод.

Проектна річна потужність їх становила: Запорізького (ЗАЗ) 300-350 тис. штук, Луцького автомобільного (ЛуАЗ) – 17 тис., Кременчуцького (КрАЗ) – 35 тис. і Львівського автобусного (ЛАЗ) – 16 тис. автобусів. Автомобілебудівні заводи обслуговували понад 60 підприємств України, які випускали комплектуючі та понад 300 підприємств різних галузей Союзу РСР. У найкращі часи (1985 р.) АвтоЗАЗ випускав близько 160 тис. автомобілів, Луцький

автомобільний ЛуАЗ понад 10 тис., КрАЗ понад 30 тис. і ЛАЗ понад 15 тис. автобусів [14, с. 125-126].

Наприкінці 1990-х та початку 2000-х років з'явилися нові заводи з виробництва автомобілів. У Черкасах налагоджено складання мікроавтобусів «Богдан», в Сімферополі і Лубнах – «Газель». Виробництво мікроавтобусів налагоджено також у Борисполі Київської області та Чернігові. Складання автомобілів «Волга» налагоджено в Ілчівську (тепер – Чорноморськ). В Ужгороді побудований завод з випуску автомобілів марок «Шкода» та «Ауді»[14, с. 126].

На сьогодні український ринок легкових автомобілів охоплює чотирьох основних виробників: ПрАТ «ЗАЗ», Корпорація «Богдан», ТОВ «КрАСЗ», ПАТ «Єврокар». Перелік марок, що виробляють автомобілебудівні підприємства України та брендів, офіційними посередниками яких являються представлений у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

**Марки продукції, що випускається автомобілебудівними компаніями
України**

Автомобілебудівна компанія	Марки випускаючої продукції	Офіційне посередництво
ПрАТ «ЗАЗ» (Запорізький автомобілебудівний завод)	ZAZ, KIA, UZ Daewoo, Chevrolet, Chery, Chance, KIA (у 2000 році - Merscdes, Opel)	Maseratti, Chraisler, Jeep, Mersedes, Smart, Opel, Chevrolet, Cadillac, Renault, Toyota, Nissan.
«Богдан» (Черкаський автомобільний завод)	Богдан, Hyundai, Subaru, Lada, Great Wall, Lifan	Hyundai, Subaru, LADA, Great Wall, Lifan, Bogdan.
ТОВ «КрАСЗ» (Група компаній «АІС»)	Geely, Great Wall, SsangYong	Audi, Citroën, MG, Renault, Geely, SsangYong, Hyundai, Chevrolet, Cadillac УАЗ, Chevrolet Niva.
ПАТ «Єврокар»	Skoda (у 2000 р. складались Seat, Audi).	Skoda

Складено автором за даними [40, 41, 42, 43]

Запорізький автомобілебудівний завод (ПрАТ «ЗАЗ») випускає продукцію марок ZAZ, KIA, UZ Daewoo, Chevrolet, Cherry, Chance, KIA. У 2000 році займався збиранням Mercedes та Opel. ПрАТ «ЗАЗ» є також офіційним посередником таких брендів, як Maseratti, Chraisler, Jeep, Mercedes, Smart, Opel, Chevrolet, Cadillac, Renault, Toyota, Nissan. Черкаський автомобільний завод «Богдан» випускає Богдан, Hyundai, Subaru, Lada, Great Wall, Lifan та є офіційним посередником брендів Hyundai, Subaru, LADA, Great Wall, Lifan, Bogdan. ТОВ «КрАСЗ» чи група компаній «АІС» виробляє Geely, Great Wall, SsangYong та є офіційним посередником брендів Audi, Citroën, MG, Renault, Geely, SsangYong, Hyundai, Chevrolet, Cadillac, УАЗ, Chevrolet Niva. ПАТ «Єврокар» є виробником Skoda, у 2000 р. зібрав Seat та Audi [29].

Щодо обсягів виробництва аналізованої галузі, то за даними Державного комітету статистики України у 2008 р. потужності національних виробників дозволили створити 423 тис. автомобілів (рис. 2.1.). У 2009 р. цей показник знизився на 84% внаслідок світової фінансової кризи та відсутності банківського кредитування в Україні. До 2008 р. підприємства українського автомобілебудування – такі, як КрАЗ, АвтоЗАЗ, Богдан, Єврокар, демонстрували стійку тенденцію росту показників виробництва продукції [39].

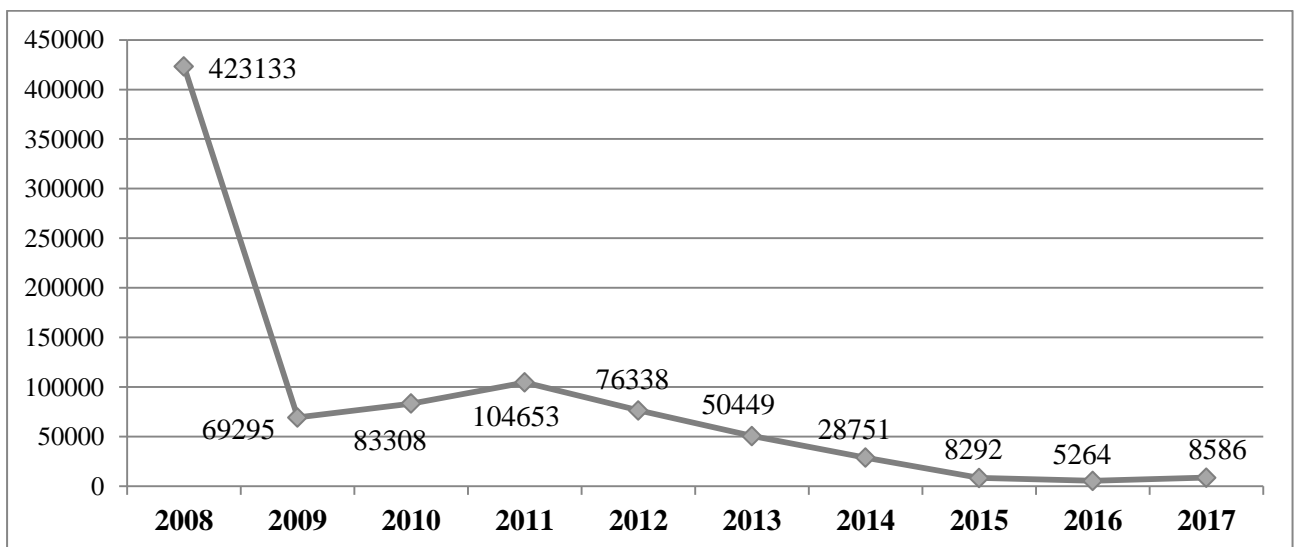


Рис. 2.1. Динаміка виробництва автомобілів в Україні у 2008-2017 рр., одиниць

Складено автором за даними [36]

Таке істотне падіння ринку протягом останнього десятиліття пов'язане з безліччю факторів, перший з яких – зростання цін на транспортні засоби в 3-4 рази. Зростання цін, в свою чергу, пов'язане зі зміною курсу валют, девальвацією гривні. Другим, не менш важливим фактором, стали зміни в законодавстві, такі як лібералізація ставок мит на імпорт легкових автомобілів і прийняття рішення про скасування екологічного податку та акцизу на переобладнання автомобілів. Політична ситуація в країні, хвилі мобілізації поряд з іншими перерахованими вище факторами надали вкрай негативний вплив на показники автомобільного ринку в сегменті автомобілів українського виробництва.

На рисунку 2.2 представлена динаміка виробництва автомобільного транспорту в Україні протягом 2009-2017 рр. у розрізі його окремих видів.

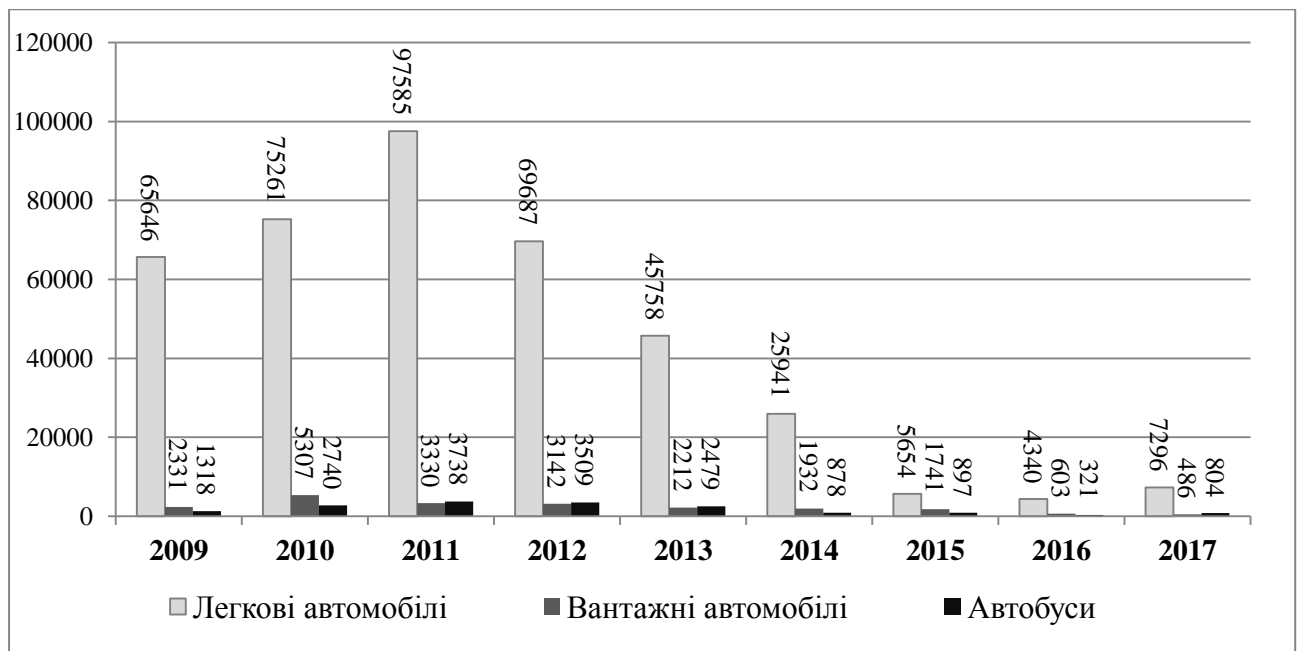


Рис. 2.2. Динаміка автомобілебудування в Україні у 2009-2017 рр. за окремими товарними позиціями, од.

Складено автором за даними [36]

Як бачимо з рисунку, найбільшу частку у структурі автомобільного виробництва протягом аналізованого періоду займали легкові автомобілі. Так, у 2009 році їх частка становила близько 95 % (65646 од.), у 2011 – 93% (97585 од.), у 2014 – 90 % (25941 од.), а у 2017 – 85 % (7296 од.). Вкрай негативною

тенденцією є суттєвий спад автомобілебудування за усіма його видами. Якщо у 2009-2011 рр. прослідковувалася незначна позитивна динаміка у виробництві легкових автомобілів, то вже з 2011 року прослідковується стрімкий спад. Лише у 2017 року відносно попереднього відбулося зростання – на 68 % (виробництво легкових автомобілів) та на 150,4 % (виробництво автобусів). Однак виробництво вантажівок у 2017 році в порівнянні із 2016 роком скоротилося на 19 %.

У додатку А представлено показники абсолютних обсягів виробництва автотранспортних засобів в Україні у розрізі їх окремих видів та компаній-автовиробників у 2012-2017 рр.

Підсумовуючи результати здійсненого аналізу, констатуємо, що автомобільна промисловість України знаходиться в стані занепаду та потребує активних дій держави, щодо її відродження. Забезпеченість населення України автомобілями на сьогодні становить лише 60 машин на 1000 жителів, тоді як у країнах з високорозвинутою ринковою економікою більше як 500. Недостатній випуск автомобілів в країні, їх невисока якість та низька купівельна спроможність населення сприяють ввезенню із-за меж країни в середньому 200 тис. легкових автомобілів за рік, 80% з яких уже були у використанні і термін використання яких уже вичерпаний. Це значно впливає на погіршення повітряного басейну, а також потребує від власників значних витрат на ремонти та на переведення таких машин на новий вид моторного палива – природний газ [67, с. 66].

Проаналізувавши динаміку розвитку автомобілебудування в Україні, перейдемо до дослідження українського ринку автомобілів, який переважно представлений продукцією іноземного виробника.

Український автомобільний ринок протягом останніх років демонструє суперечливу динаміку розвитку, яка характеризується як зростанням його обсягу в так званій «довоєнний» період (2012-2013 рр.), так і різким падінням, починаючи з 2014 року, спричиненим загостренням воєнно-політичної ситуації в країні, що мало наслідком різкий спад в економіці країни. Динаміка

роздрібного товарообороту автомобілів за період з 2012 року по 2017 рік (в грошовому еквіваленті) наведена в таблиці 2.2 та на рисунку 2.3.

Таблиця 2.2

**Продаж (роздрібний товарооборот) автомобілів
у 2012-2017 рр. в Україні, млн. грн.**

	2012 рік	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік
Всього <i>в т.ч.</i>	41471	43596	29565	30080	44503	47486
вироблених в Україні	5225,3	4664,8	3104,3	2376,3	2670,2	2516,8
Частка авто, вироблених в Україні, у загальному обсязі продажу, %	12,6	10,7	10,5	7,9	6,0	5,3

Складено автором за [67, с. 63-64; 39].

Як ми бачимо, у 2015-2017 рр. спостерігається тенденція до росту ринку автомобілів. Проте порівняння його обсягу з аналогічним показником 2012-2013 років є ускладненим з огляду на майже триразове падіння курсу гривні до валют основних країн, з яких відбувається імпорт авто: євро та американського долара.

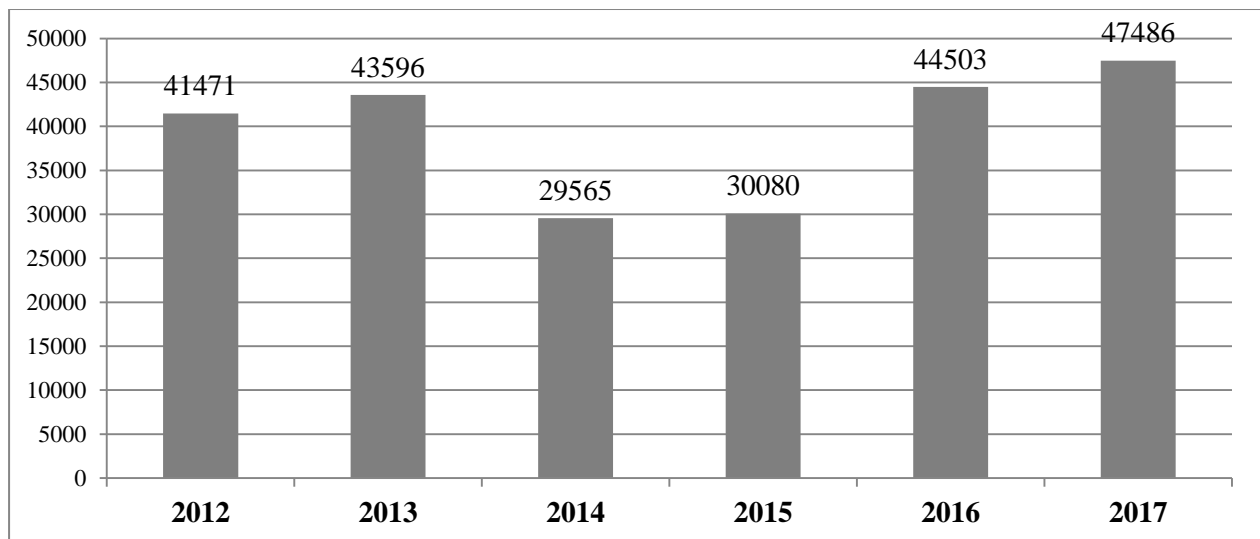


Рис. 2.3. Динаміка роздрібного товарообороту автомобілів в Україні у 2012-2017 рр., млн.грн.

Складено автором за [67, с. 64; 39]

Вищенаведені дані вкотре засвідчують різко негативну динаміку розвитку вітчизняної автомобілебудівної промисловості: частка вітчизняних авто у загальному обсязі ринку зменшилась з 12,6% в 2012 р. до 5,3 % в 2017 р. Зростання частки імпортованих автомобілів на вітчизняному ринку підтверджується динамікою зміни обсягів реалізації легкових автомобілів окремих торгових марок (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Обсяги реалізації (першої реєстрації) на українському ринку легкових автомобілів різних марок у 2015-2017 рр, шт.

№	Марка	2015 рік	2016 рік	2017 рік	Темпи приросту 2017/2016, %
1	TOYOTA	4903	7668	9696	+26,4
2	RENAULT	4215	6389	8671	+35,7
3	VOLKSWAGEN	2299	5001	6525	+30,5
4	SKODA	2172	4145	5675	+36,9
5	KIA	2014	3982	5320	+33,5
6	FORD	2608	3612	3524	-2,5
7	NISSAN	2659	3444	4324	+25,5
8	HYUNDAI	2556	3396	4356	+28,3
9	BMW	1807	3073	2832	-8,5
10	ZAZ	2868	2758	1708	-61,5
11	MERCEDES-BENZ	1218	2464	2897	+17,6
12	MAZDA	2261	2342	2765	+18,1
13	SUZUKI	1214	1767	2496	+41,3
14	AUDI	963	1674	2822	+68,6
15	PEUGEOT	948	1273	1894	+48,8
16	CHEVROLET	1360	1203	813	-47,9
17	LEXUS	482	1164	1416	+21,6
18	MITSUBISHI	786	1028	2091	+103,4
19	Інші	9213	9179	12423	+35,3
Всього		46546	65562	82248	+25,4

Складено автором за [36]

Дані таблиці 2.3 свідчать, що у 2017 році обсяги реалізації легкових автомобілів на українському ринку зросли з 65562 од. до 82248 од., тобто на 25,4 %. Зростання відбулося практично за усіма марками авто, окрім FORD, BMW, ZAZ та CHEVROLET. Також, варто звернути увагу, що найбільше

скорочення обсягів реалізації (на 61,5 %) характерне для автомобілів ZAZ, тобто – вітчизняного виробника. Щодо найвищих темпів приросту, то до лідерів варто віднести товарні марки MITSUBISHI (+103,4 %) та AUDI (+68,6 %). У п'ятірку лідерів за абсолютними обсягами продаж у 2017 році увійшли TOYOTA, RENAULT, VOLKSWAGEN, SKODA та KIA. Частка цих марок у загальному обсязі продаж склала близько 44 %.

Регіональний розріз автомобільного ринку (табл. 2.4) в цілому відображає залежність обсягів продажів автомобілів від кількості та платоспроможності населення певного регіону. Як видно з табл. 2.4, найвищий оборот підприємств оптової та роздрібною торгівлі автомобілями та легковими автотранспортними засобами спостерігається в м. Києві, Київській, Харківській, Дніпропетровській, Львівській та Одеській областях.

Таблиця 2.4

Роздрібний товарооборот підприємств оптової та роздрібною торгівлі автотранспортними засобами у 2017 році, млн.грн.

	Товаро- оборот - усього	У тому числі			
		торгівля автомобілями та легковими автотранс- портними засобами	торгівля іншими автотранс- портними засобами	роздрібна торгівля деталлями та приладдям для автотранспорт- них засобів	торгівля мотоциклами, деталлями та приладдям до них, технічне обслуговування і ремонт мотоциклів
1	2	3	4	5	6
Україна	47271,1	45354,7	77,3	1729,0	110,1
Вінницька	1257,9	1235,2	0,1	22,6	-
Волинська	408,4	329,5	35,2	43,7	-
Дніпропетров- ська	4109,4	3910,6	-	198,8	-
Донецька	357,0	355,5	-	1,5	-
Житомирська	701,3	668,7	-	32,6	-
Закарпатська	1015,1	1003,5	-	11,6	0,0
Запорізька	1466,4	1458,9	-	7,3	0,2
Івано- Франківська	509,7	472,5	25,6	11,6	-

<i>Продовження табл. 2.4</i>					
1	2	3	4	5	6
Київська	4811,6	4730,2	-	69,6	11,8
Кіровоградська	371,3	369,9	-	1,4	-
Луганська	0,6	0,6	-	0,0	-
Львівська	3489,8	3467,2	-	22,6	-
Миколаївська	1244,3	1077,3	-	167,0	-
Одеська	3589,9	3169,5	14,7	400,8	4,9
Полтавська	1106,8	1095,4	-	11,4	-
Рівненська	445,5	438,2	-	7,3	-
Сумська	230,7	223,6	-	7,1	-
Тернопільська	350,3	334,7	-	15,6	-
Харківська	4389,0	4132,4	0,6	243,7	12,3
Херсонська	1285,2	1155,1	-	130,1	-
Хмельницька	1286,0	1191,5	-	94,5	-
Черкаська	479,9	472,1	-	7,8	-
Чернівецька	554,5	538,1	-	16,4	-
Чернігівська	341,2	331,0	-	10,2	-
м.Київ	13469,3	13193,5	1,1	193,8	80,9

Складено автором за [39, 36]

Аналіз структури обороту підприємств торгівлі автотранспортними засобами за організаційною формою, наведений в табл. 2.5, свідчить, що найбільш популярною організаційно-правовою формою відповідних підприємств є товариство з обмеженою відповідальністю (ТзОВ). На підприємства зазначеної організаційної форми припадає понад 80% обороту у І півріччі 2017 р. Менш популярними є акціонерне товариство, дочірнє підприємство, приватне підприємство та інші організаційно-правові форми.

Покращенню ситуації на вітчизняному ринку автомобілів в останні роки основним чином сприяє відновлення автокредитування, відкладений у попередні кризові роки попит, високий рівень зношеності автопарку. Слід зазначити, що загалом автомобільний ринок України функціонує в умовах, які покликані сприяти вітчизняному виробнику автомобілів нижчих цінових сегментів, основним конкурентом якого є імпортери вживаних іноземних авто.

При цьому на тлі падіння купівельної спроможності та потреби заощаджувати, зважаючи на незбалансовану податкову та митну політику щодо імпорту автомобілів, спостерігається підвищення попиту покупців на комерційний автотранспорт [30].

Таблиця 2.5

**Структура обороту підприємств оптової та роздрібної торгівлі
автотранспортними засобами за організаційними формами суб'єктів
економіки у I півріччі 2017 року [67, с. 67]**

Організаційна форма	Обсяг обороту, тис. грн.	Частка в загальному обсязі обороту, %
Приватне підприємство	726322,9	3,3636
Колективне підприємство	1116,4	0,0052
Дочірнє підприємство	1128280,3	5,2251
Іноземне підприємство	56902,6	0,2635
Спільне підприємство	35,9	0,0002
Акціонерне товариство	2064090,1	9,5588
Товариство з обмеженою відповідальністю	17561176,7	81,3259
Товариство з додатковою відповідальністю	5460,9	0,0253
Виробничий кооператив	69,8	0,0003
Концерн	756,0	0,0035
Філія (інший відокремлений підрозділ)	33836,0	0,1567
Інші організаційно-правові форми	15532,0	0,0719
Усього	21593579,6	100

Одним з головних факторів для вітчизняної автомобільної промисловості є вузькоспеціалізована діяльність, що, в основному, зводиться до складання автомобілів на основі закордонних моделей. У той же час провідні світові автоконцерни інвестують значні кошти у власний розвиток. Так, наприкінці 2014 р. було оприлюднено інформацію щодо інвестування концерном Volkswagen у 2015-2020 рр. 85,6 млрд. євро у нові продукти та інноваційні технології, з яких 64% – у модернізацію і розширення модельного ряду усіх брендів компанії [67, с. 67].

Перспектива активізації вітчизняної автомобільної промисловості полягає, насамперед, у використанні досвіду таких європейських держав, як

Австрія, Словаччина, Фінляндія та Голландія, які, не маючи національного автовиробника, здійснюють виробництво низки автомобілів провідних автомобільних марок на місцевих заводах для продажу як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках [30].

Набрання чинності та повноцінна реалізація Угоди про асоціацію між Україною та ЄС дозволить збалансувати ставки ввізного мита на транспортні засоби, які поставляються з України, що (враховуючи наявність дешевої робочої сили) сприятиме підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних автомобілів на ринках окремих європейських країн. Іншою перспективою від створення зони вільної торгівлі для України є можливість активізації виробництва автомобільних комплектуючих. Також внаслідок підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС перед нашою державою відкриваються перспективи налагодження активного співробітництва в сфері автовиробництва з провідними азійськими компаніями, яку шукають нові шляхи виходу на розвинені європейські ринки. Важливою тенденцією, яка сприятиме розвитку вітчизняної автомобільної промисловості, є переміщення упродовж останнього десятиліття відповідних виробництв з країн Західної Європи до країн Центральної та Східної Європи внаслідок значних виробничих витрат у перших [30].

2.2. Аналіз законодавчого регулювання автомобільного ринку держави

Вітчизняна нормативно-правова база, що містить у собі ряд законодавчих і виконавчих документів, є значною за кількістю державних актів, що її складають, і потребує певної систематизації не лише у прив'язці до державної установи, яка є видавцем акту (як от закони та постанови Верховної Ради України, укази та розпорядження Президента України, постанови та розпорядження Кабінету Міністрів України), а й за ознакою повноти питань,

що регламентуються тими чи іншими законами, указами, постановами та розпорядженнями. Тому в даному дослідженні нормативно-правова база забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних автовиробників на національному ринку продажу автомобілів буде розглядатися у структурному її розділенні на базові, додаткові та індивідуалізовані нормативно-правові акти.

У таблиці 2.6 систематизовано та охарактеризовано основні акти органів законодавчої та виконавчої влади, що складають базове нормативно-правове підґрунтя забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних автовиробників на національному ринку продажу автомобілів.

Таблиця 2.6

Нормативно-правова база державного регулювання розвитку автомобілебудування та ринку продажу автомобілів в Україні [71, с. 42-43]

Нормативно-правові акти	Основні положення, що регулюються актом
1	2
Основні нормативно-правові акти	
Постанова «Про затвердження Ліцензійних умов провадження господарської діяльності, пов'язаної з виробництвом автомобілів та автобусів, і порядку здійснення контролю за їх додержанням» [52]	Встановлено умови надання суб'єктам господарювання ліцензій на провадження господарської діяльності, пов'язаної з виробництвом автомобілів та автобусів; організаційні, кваліфікаційні, технологічні, соціальні та інші вимоги, додержання яких є обов'язковим при провадженні господарської діяльності, пов'язаної з виробництвом автомобілів та автобусів; порядок здійснення контролю за додержанням ліцензійних умов провадження господарської діяльності, пов'язаної з виробництвом автомобілів та автобусів
Розпорядження «Про схвалення Концепції Державної цільової економічної програми розвитку легкового автомобілебудування на період до 2020 року» [61]	Вказуються основні проблеми розвитку легкового автомобілебудування в Україні та причини їх виникнення, зазначається мета економічної програми, аналізуються три варіанти, шляхи та способи вирішення проблем розвитку легкового автомобілебудування в Україні, окреслюються очікувані результати реалізації зазначеної програми
Додаткові нормативно-правові акти	
Постанова «Про стабілізацію роботи підприємств – виробників легкових і вантажопасажирських автомобілів» [60]	Передбачається можливість звільнення оборотів з реалізації легкових і вантажопасажирських автомобілів від сплати акцизного збору та податку на додану вартість з метою стабілізації роботи підприємств-виробників легкових і вантажопасажирських автомобілів
Постанова «Про стабілізацію роботи підприємств-виробників легкових автомобілів» [59]	Передбачається звільнення від обкладення податком на додану вартість та акцизним збором оборотів з реалізації легкових автомобілів власного виробництва акціонерного товариства «АвтоЗАЗ» і Луцького автомобільного заводу, і їх спеціалізованих автоцентрів з віднесенням податку на додану вартість, сплаченого постачальникам, на собівартість автомобілів

Продовження табл. 2.6

1	2
<p>Наказ «Щодо затвердження Порядку визначення та затвердження обсягів увезення товарів (включаючи машинокомплекти) на митну територію України, складу машино-комплектів та технічних описів складових компонентів машинокомплектів, які використовуються для будівництва та виробничої діяльності підприємств з виробництва автомобілів і комплектуючих виробів до них» [73]</p>	<p>Установлюється процедура визначення та затвердження обсягів увезення товарів (включаючи машино-комплекти) на митну територію України, складу машинокомплектів та технічних описів складових компонентів машинокомплектів, що використовуються для будівництва і виробничої діяльності підприємств з виробництва автомобілів і комплектуючих виробів до них.</p> <p>Згідно з установленою процедурою після затвердження обсяги ввезення товарів, склад машинокомплектів та технічні описи складових компонентів машино-комплектів передаються органам Державної митної служби і органам Державної податкової служби в тижневий строк з моменту їх затвердження</p>
<p>Постанова «Про перелік, обсяги і порядок ввезення товарів, що використовуються для будівництва та виробничої діяльності підприємств з виробництва автомобілів і комплектуючих виробів до них і не оподатковуються під час ввезення їх на митну територію України» [58]</p>	<p>Установлюється порядок звільнення від ввізного мита і податку на додану вартість певних товарів (включаючи машинокомплекти) у певному обсязі, що використовуються для будівництва та виробничої діяльності підприємств з виробництва автомобілів і комплектуючих виробів до них, якщо такі товари не виробляються підприємствами на території України</p>
<p>Постанова «Про встановлення граничного рівня торговельної і постачальницько-збутової надбавки (націнки) на легкові автомобілі вітчизняного виробництва» [51]</p>	<p>Установлюється граничний рівень торговельної і постачальницько-збутової надбавки (націнки) на легкові автомобілі вітчизняного виробництва у разі їх реалізації кінцевому споживачеві незалежно від кількості разів перепродажу в розмірі 10 відсотків до ціни виробника, включаючи витрати на транспортування від станції (порту, пристані) відправлення до станції (порту, пристані) призначення</p>
<p>Постанова «Про затвердження Порядку визначення середньоринкової вартості легкових автомобілів, мотоциклів, мопедів» [53]</p>	<p>Установлюється механізм визначення середньоринкової вартості легкових автомобілів (величини, яка визначається статистичними методами і еквівалентна імовірній ціні, за яку може здійснюватися купівля-продаж транспортних засобів певної марки та моделі з відповідним строком експлуатації та пробігом на встановлену дату проведення оцінки) з метою визначення доходу від їх продажу (обміну) для цілей обкладення податком на доходи фізичних осіб</p>

Основу нормативно-правового підґрунтя забезпечення конкурентоспроможності, становлення та розвитку вітчизняних автовиробників на національному ринку продажу автомобілів склали саме базові нормативно-правові акти, до яких слід віднести Закони України, прийняті Верховною Радою України, а також Концепції, що, як правило, являють собою державні цільові

програми. Тим самим, детально проаналізувавши чинну нормативно-правову базу України, слід віднести до базових нормативно-правових актів, які регламентують розвиток вітчизняного автомобілебудування, такі: Закон України «Про розвиток автомобільної промисловості України» із змінами від 6 липня 2005 року, Програму розвитку автомобілебудування, Концепцію розвитку автомобільної промисловості та регулювання ринку автомобілів у період до 2015 року, Ліцензійні умови провадження господарської діяльності, пов'язаної з виробництвом автомобілів та автобусів, і порядку здійснення контролю за їх додержанням (втратив чинність), а також Концепцію Державної цільової економічної програми розвитку легкового автомобілебудування на період до 2020 року.

Метою Державної цільової економічної програми розвитку легкового автомобілебудування є забезпечення розвитку та конкурентоспроможності вітчизняного легкового автомобілебудування, що базується на інноваційно-інвестиційній моделі розвитку, з рівнем локалізації понад 55 відсотків, покриттям внутрішнього попиту автомобілями вітчизняного виробництва на 70 відсотків, збільшенням до 2020 року випуску легкових автомобілів до 734,4 тис. одиниць та нарощуванням експортного потенціалу до 220,3 тис. автомобілів [61].

Згадана програма передбачає поєднання зусиль органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, автомобілебудівних підприємств для забезпечення розвитку та конкурентоспроможності вітчизняного легкового автомобілебудування шляхом залучення світових автоконцернів до виробництва автомобілів в Україні, використовуючи мотивацію зниження виробничих витрат та доступу до ринку, що дасть змогу створити нові та завантажити наявні робочі місця не тільки на підприємствах автомобілебудівної галузі, а і суміжних галузей.

Важливим напрямом державного регулювання розвитку вітчизняного автомобілебудування є нормативно-правова регламентація умов здійснення виробничого процесу автовиробниками, зокрема його забезпечення сировиною

та комплектуючими й окреслення умов ціноутворення, що передбачено такими додатковими нормативно-правовими актами: Розпорядженням Кабінету Міністрів України «Про звільнення від сплати ввізного мита автомобільних акумуляторів південнокорейського виробництва», Постановою Кабінету Міністрів України «Про встановлення граничного рівня торговельної і постачальницько-збутової надбавки (націнки) на легкові автомобілі вітчизняного виробництва», Постановою Кабінету Міністрів України «Про перелік, обсяги і порядок ввезення товарів, що використовуються для будівництва та виробничої діяльності підприємств з виробництва автомобілів і комплектуючих виробів до них і не оподатковуються під час ввезення їх на митну територію України».

Не меншу важливість має надання податкової підтримки (у тому числі податкових пільг) вітчизняним автовиробникам, що передбачено Постановою Верховної Ради України «Про стабілізацію роботи підприємств-виробників легкових і вантажопасажирських автомобілів», Законом України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо відміни екологічного податку за утилізацію знятих з експлуатації транспортних засобів та оподаткування акцизним податком операцій з переобладнання ввезеного на митну територію України транспортного засобу у підакцизний легковий автомобіль».

У окремих випадках державна підтримка автомобілебудування здійснюється через надання адресної матеріальної допомоги або застосування соціально-психологічних методів на кшталт стимулювання праці персоналу щодо конкретних провідних вітчизняних виробників легкових, вантажних автомобілів і автобусів. Здійснення таких заходів державного забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних автовиробників на національному ринку продажу автомобілів регламентується індивідуалізованими нормативно-правовими актами на кшталт Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Інвестиційної програми виробництва вантажних автомобілів, автобусів, комплектуючих виробів і запасних частин до них закритим акціонерним товариством «Львівський автомобільний завод»», Постанови

Кабінету Міністрів України «Про затвердження Інвестиційної програми виробництва вантажних автомобілів і автобусів відкритим акціонерним товариством «Луцький автомобільний завод»», Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження Інвестиційної програми виробництва вантажних автомобілів та автобусів товариством з обмеженою відповідальністю «Кременчуцький автоскладальний завод»», Указу Президента України «Про присвоєння почесних звань України працівникам відкритого акціонерного товариства «Кременчуцький автомобільний завод», і Указу Президента України «Про відзначення державними нагородами України працівників акціонерного товариства «Запорізький автомобілебудівний завод»».

На сьогодні особливої актуальності набувають питання нормативно-правового регулювання процесі ввезення іноземних транспортних засобів на територію України. Так, згідно Митного кодексу України, транспортні засоби які підлягають державній реєстрації та ввозяться громадянами на митну територію України для вільного обігу оподатковуються ввізним митом за повними ставками Митного тарифу України, акцизним податком і податком на додану вартість за ставками, встановленими Податковим кодексом України [33].

Оскільки суми митних платежів, належних до сплати до Державного бюджету України є достатньо значними, вагома частка громадян, які купують автомобілі в країнах Європи намагаються уникнути розмитнення та ввозять транспортні засоби в митному режимі «тимчасового ввезення» або ж «транзиту».

Транзит передбачає перебування авто в країні протягом 5-10 днів, після чого знову має перетнути кордон або бути розмитненим. Таким чином, даною схемою користуються українці, які проживають не далеко від митного кордону України та мають можливість частого його перетину. Можливість тимчасового ввезення авто на термін до одного року мають іноземці. Це регламентується Стамбульською конвенцією, до якої Україна приєдналася 2004 року. Саме цією схемою і користуються більшість українських громадян, які проживають

далеко від кордону та не мають можливості перетинати його кожні 10 днів. Зазвичай автомобіль реєструється на іноземне підприємство, а його новий власник – громадянин України кермує транспортним засобом на основі доручення.

Так, за даними Державної фіскальної служби України, протягом 2017 року в Україну було ввезено понад 958,5 тис. транспортних засобів з іноземною реєстрацією, з них понад 209,6 тис. авто ввезено у режимі «транзиту» та майже 748,9 тис. автомобілів – у режимі «тимчасового ввезення». Із країн-членів ЄС найбільше автомобілів було завезено з Польщі – 110,7 тис. авто, на другому місці – Литва (51,7 тис.), наступними є Німеччина (19,8 тис.), Болгарія (14,1 тис.) та Чехія (13,1 тис.). Із ввезених в режимі «транзиту» 100,9 тис. авто, які фактично перебувають на митній території України, понад 82,2 тис. – з порушенням терміну. Із 324,5 тис. авто, ввезених в режимі «тимчасового ввезення», понад 164,2 тис. – перебувають на митній території України з порушенням терміну [38].

Для вирішення зазначеної проблеми, було прийнято кілька нормативно-правових актів, які, на наш погляд, не принесли суттєвих результатів. Законом України від 31 травня 2016 року № 1389-VIII «Про внесення зміни до підрозділу 5 розділу XX «Перехідні положення» Податкового кодексу України щодо стимулювання розвитку ринку вживаних транспортних засобів» тимчасово, до 31 грудня 2018 року, встановлені знижені ставки акцизного податку на транспортні засоби, що були у використанні [50]. Також було відмінено екологічний податок за утилізацію знятих з експлуатації транспортних засобів.

До подальших спроб подолати проблему ввезення іноземних транспортних засобів без їх розмитнення варто віднести законопроекти, внесені до Верховної Ради України за номером 4223 та 5567. Перший з них, розроблений восени 2016 року, дозволяв би громадянам України (а не лише іноземцям) ввозити авто строком до одного року. Проте законопроект так і не було винесено на голосування. Другий законопроект № 5567 передбачав, що

власники транспортних засобів, ввезених у митних режимах транзиту або тимчасового ввезення, можуть протягом року їздити на нерозмитнених автомобілях, а після закінчення такого терміну пропонувалося встановити платіж за користування автомобілем у розмірі 2,5% від вартості розмитнення. Проте цей проект не пройшов випробовування профільним комітетом Верховної Ради України з податкової та митної політики.

Сьогодні на розгляді Верховної Ради України знаходиться проект Закону України «Про внесення змін до Митного кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо ввезення транспортних засобів на митну територію України» № 488 від 15.06.2018 р. Метою прийняття законопроекту є врегулювання питання ввезення транспортних засобів на митну територію України, забезпечення дієвого контролю за переміщенням, цільовим використанням транспортних засобів, поміщених в митний режим транзиту чи тимчасового ввезення, посилення відповідальності громадян за порушення митних правил.

Законопроект направлений на [49]:

- удосконалення порядку ввезення громадянами в митному режимі тимчасового ввезення/транзиту транспортних засобів особистого користування, зареєстрованих у відповідних органах іноземних держав, а також використання таких транспортних засобів на митній території України;
- посилення відповідальності громадян за порушення умов тимчасового ввезення/транзиту на митну територію України транспортних засобів;
- організацію взаємодії фіскальних органів з Державною прикордонною службою України в частині інформування про факти наміру перетинання державного кордону України особами, стосовно яких митними органами було виявлено порушення митних правил;
- організацію взаємодії митних органів з Національною поліцією в частині контролю за дотриманням водіями порядку використання таких транспортних засобів на митній території України, недопущення порушення обмежень, встановлених Митним кодексом України, а також удосконалення

порядку реєстрації і обліку транспортних засобів;

- скасування обмежень відповідності екологічним нормам для легкових транспортних засобів, що були в користуванні, при їх митному оформленні та реєстрації.

На нашу думку, прийняття законопроекту дозволить врегулювати на законодавчому рівні питання ввезення громадянами в митному режимі тимчасового ввезення/транзиту транспортних засобів, створити автоматизовану систему обміну інформацією між фіскальними органами, Державною прикордонною службою та Національною поліцією для забезпечення дієвого контролю за переміщенням, цільовим використанням таких транспортних засобів, посилити відповідальність громадян за порушення митних правил.

2.3. Оцінка дієвості механізму державного регулювання імпорту автотранспортних засобів

Для з'ясування реального стану автомобільного ринку України варто проаналізувати його експортну та імпорتنу складові. Абсолютні та відносні показники експорту і імпорту транспортних засобів наведено на рисунку 2.4 та у таблиці 2.6.

Як свідчать дані рисунку, динаміка імпорту протягом 2008-2017 рр. носила коливальний характер, тоді як експорт характеризувався переважно спадною динамікою. Зауважимо, що у 2009 році відносно попереднього у наслідок дії світової фінансової кризи імпорту автомобілів скоротився в 5,8 рази, тоді як експорт – в 3,3 рази. Сальдо торговельного балансу наземними транспортними засобами було негативним протягом усього досліджуваного періоду, однак найбільший розрив притаманний саме докризовому 2008 року – співвідношення експорту та імпорту складало один до дев'яти.

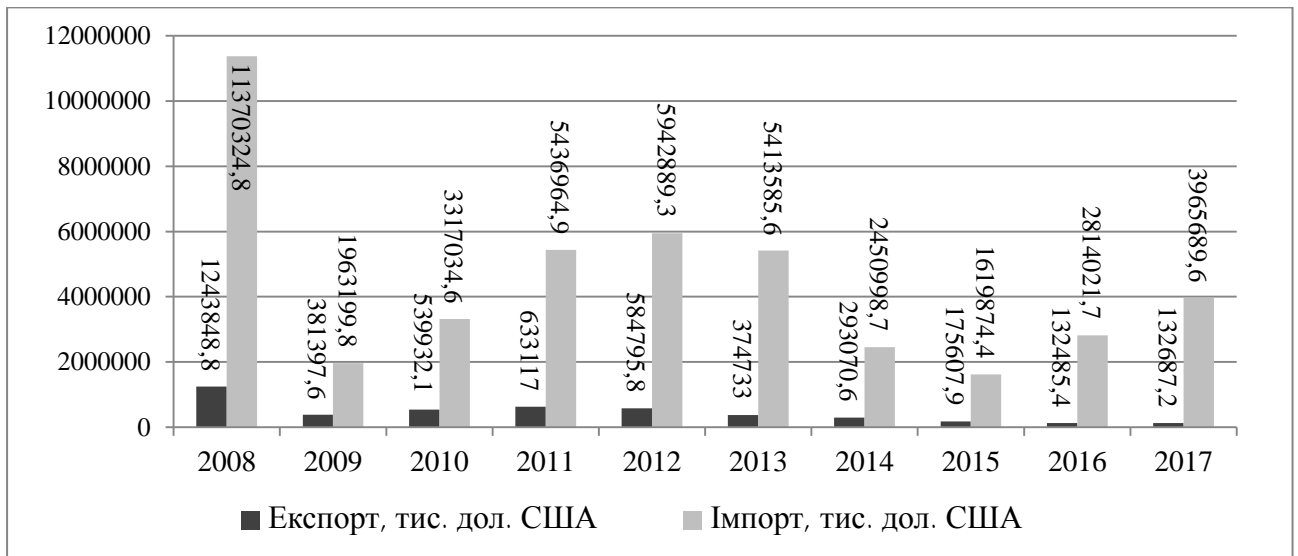


Рис. 2.4. Динаміка зовнішньої торгівлі наземними транспортними засобами (окрім залізничних) в Україні у 2008-2017 рр.

Складено автором за [39]

Як зазначає Костриченко В.М., впродовж останнього десятиріччя вітчизняне автомобілебудування стало лідером падіння експорту. Разом з тим, зважаючи, що головні споживачі продукції українського машинобудування – країни Митного союзу, у т.ч. РФ, та ураховуючи складні політичні та економічні відносини з Росією, варто очікувати подальшого зниження рівня експорту продукції машинобудування у найближчі роки [23, с. 111].

Щодо відносних показників експорту та імпорту автотранспортних засобів то частка першого у загальному обсязі реалізованих за кордон товарів у 2017 році склала 0,3 % тоді як у 2008 році становила 1,9 %. Загалом протягом 2008-2017 років спостерігається стійке скорочення частки експорту автотранспорту у його загальному обсязі. Частка імпорту автомобільного транспорту у 2017 році становила 8 %, що на 5,3 в.п. менше ніж у 2008 році. Впродовж аналізованого періоду частка імпорту наземних транспортних засобів (окрім залізничного транспорту) коливалася – у 2009 році відносно попереднього відбувся суттєвий спад до 4,3 %, у наступні роки аналізований показник характеризувався стійкою хоча і не значною позитивною динамікою, досягнувши у 2013 році значення 7,1 %. У 2014-2015 рр. знову відбулося

зменшення частки експорту автотранспорту у загальному обсязі експорту, а вже у 2016 році позитивна динаміка знову відновилася (табл. 2.7). Та, не зважаючи на такі неоднозначні тенденції, імпорт товарів машинобудування продовжує посідати друге місце (після енергоносіїв) у структурі товарного імпорту.

Таблиця 2.7

Динаміка експорту та імпорту засобів наземного транспорту (окрім залізничного) в Україні у 2008-2017 рр.

Рік	Експорт			Імпорт		
	тис. дол. США	у % до попереднього року	у % до загального обсягу експорту	тис. дол. США	у % до попереднього року	у % до загального обсягу імпорту
2008	1243848,8	124,5	1,9	11370324,8	146,3	13,3
2009	381397,6	30,7	1	1963199,8	17,3	4,3
2010	539932,1	141,9	1,1	3317034,6	169,5	5,5
2011	633117,0	117,3	0,9	5436964,9	163,9	6,7
2012	584795,8	92,4	0,9	5942889,3	109,3	7,1
2013	374733,0	64,1	0,6	5413585,6	91,1	7,1
2014	293070,6	78,2	0,5	2450998,7	45,3	4,5
2015	175607,9	59,9	0,5	1619874,4	66,1	4,3
2016	132485,4	75,4	0,4	2814021,7	173,7	7,2
2017	132687,2	100,2	0,3	3965689,6	140,9	8,0

Складено автором за [39]

Швидка переорієнтація зовнішньої торгівлі вітчизняних виробників автомобілів на ринок ЄС та інших країн сьогодні є досить складною, адже вимагає виходу на нові ринки збуту, суттєвої модернізації виробництва й запровадження нового асортименту продукції, затребуваного на інших ринках. На жаль, на сьогодні вітчизняна автомобільна промисловість є практично неконкурентоспроможною, особливо в сегменті легкових автомобілів.

Проведене Міністерством економічного розвитку і торгівлі дослідження [17] засвідчило, що саме зростання імпорту в Україну легкових автомобілів відносно виробництва національного товаровиробника і споживання відбувалося на таких умовах і в обсягах, що загрожувало заподіянням значної шкоди національному товаровиробникові. Зважаючи на зазначене, виникає необхідність пошуку дієвих інструментів державного регулювання не лише національного ринку автотранспорту, а, перш за все, його імпортової складової.

Суттєвий вплив на зовнішньоторговельну політику нашої держави спричинило підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС.

Стаття 25 розділу 4 Угоди «Про торгівлю і питання, пов'язані з торгівлею» проголошує створення зони вільної торгівлі між Україною – з одного боку, та Європейським Союзом – з іншого. Перехідний період становитиме 10 років (після набуття чинності угодою), в основі якого асиметричний метод лібералізації торгівлі. Це створює можливість збільшення української присутності на ринках ЄС, захистивши свій [68].

Унікальною особливістю лібералізації торгівлі з боку України в контексті дії Угоди про асоціацію між Україною та ЄС є захист української автобудівної галузі. Згідно зі ст. 44 розділу 4, Україна має право застосовувати захисні заходи у формі вищої ставки ввізного мита до легкових автомобілів у випадку, якщо кількість імпортованого до України товару значно збільшиться в абсолютній або відносній кількості до національного виробництва та досягне рівня 45 тис. одиниць. Винятком є перший рік після набуття чинності угодою, строк дії положення – 15 років.

Торгівля продукцією машинобудування після створення Зони вільної торгівлі з ЄС матиме переваги і одночасно наражатиметься на ризики. До переваг варто віднести наступні [23, с. 112-113]:

- створюється можливість для прискорення модернізації вітчизняного машинобудування завдяки використанню науково-технічних досягнень європейських країн (на сьогодні майже 30% нових технологій і устаткування,

що використовуються для модернізації української промисловості, купуються за межами України);

- зросте технічний рівень і конкурентоспроможність української продукції завдяки адаптації вітчизняного виробництва до технологічних, санітарних та екологічних стандартів європейських країн;

- стає можливим скасування застарілих нормативних документів (ГОСТів, ОСТів, РСТУ та технічних умов), які не мають аналогів в ЄС, та активізація роботи з розроблення та прийняття технічних регламентів відповідно до нормативної бази ЄС (*acquis communautaire*), національних стандартів та вимог щодо захисту навколишнього природного середовища, гармонізованих із міжнародними та європейськими стандартами (Додаток III до Глави 3 Список законодавства для адаптації із зазначенням строків для його здійснення);

- у середньому на 30% знижуються ставки ввізного мита на транспортні засоби, які поставляються з України, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності вітчизняної продукції (відповідно до тарифного графіку Угоди мито на імпорт в ЄС транспортних засобів з України (позиція 8703) буде знижено з 10 до 7%);

- встановлення нульових ставок увізного мита на інвестиційні види машинобудівної продукції сприятиме прискоренню технологічної модернізації української промисловості. Це впливає з Тарифного графіка Угоди з ЄС, згідно з яким за позиціями 84, 85, 86 ставки увізного мита будуть анульовані.

Поряд з цим, варто наголосити і на низці ризиків, які можуть супроводжувати процес інтегрування ринків автомобілів України та ЄС [23, с. 112-113]:

- зростає ймовірність збільшення на внутрішньому ринку України конкуруючого імпорту, зокрема, легкових автомобілів, тракторів, зернозбиральних комбайнів;

- не розв'язується проблема захисту внутрішнього ринку легкових автомобілів від експансії імпортованих авто, оскільки за п. 9, ст. 44 «Захисні

заходів щодо легкових автомобілів» Україні дозволяється висувати будь-які вимоги з усунення правопорушень не раніше ніж через три роки з моменту їхнього виявлення. Такий строк збільшує ризик банкрутства і закриття вітчизняних автомобільних підприємств під тиском зовнішньої експансії з країн ЄС;

- зберігаються відносно високі бар'єри входження вітчизняних виробників на європейський ринок, оскільки Україна перебуває на нижчому щаблі технологічного розвитку, ніж країни ЄС. Підтвердженням цього може слугувати частка експорту високотехнологічної продукції (у % до загального експорту промислової продукції) Україною та окремими країнами ЄС: Україна – 5%; Угорщина – 29; Фінляндія – 21; Швеція – 17; Франція – 19%;

- зростаюча залежність українського машинобудування від імпорту високотехнологічної продукції – як кінцевого споживання, так і комплектуючих виробів, що використовуються при складанні машин відомих іноземних брендів. Свідчення цього є зростаючий попит на інноваційні високотехнологічні види машинобудівної продукції.

До важливих інструментів державного регулювання зовнішньої торгівлі автотранспортними засобами належать тарифні та нетарифні важелі митного регулювання. Складовою митного регулювання є контроль митних органів за здійсненням митного оформлення транспортного засобу, початковим етапом якого є його ідентифікація, а саме визначення моделі, року виробництва, комплектації, об'єму двигуна тощо. Визначальним при цьому є VIN-код (Vehicle Identification Number) – структуроване поєднання буквено-цифрових символів, що присвоюється виробником автомобіля з метою ідентифікації останнього та наноситься на деталі кузова, шасі (рамі) [31, с. 154].

Міжнародною організацією стандартизації запроваджено з 1976 р. міжнародний стандарт ідентифікаційних позначень автомобіля – ISO 3779-1983, гармонізований з державним стандартом України ДСТУ 3525-97 обов'язкового застосування в Україні, які складаються з міжнародного коду виробника транспортного засобу (перші три символи), описової частини

(подаальші шість символів) і розпізнавальної частини (останні вісім символів), за яким визначається ідентифікаційний номер. Не менш важливим при здійсненні митного контролю та митного оформлення автомобілів є визначення класифікаційної належності відповідно до УКТ ЗЕД. В Українському класифікаторі для віднесення транспортного засобу до певної групи використовуються найбільш загальні ознаки класифікації, зокрема такі як: кількість місць, робочий об'єм циліндра двигуна, новий чи такий, що був у використанні тощо.

Автомобілі, що безпосередньо ввозяться громадянами на митну територію України для вільного використання, незалежно від їх вартості, підлягають обов'язковому письмовому декларуванню митним органам у порядку, установленому для громадян, та оподатковуються відповідно ввізним митом, акцизним податком, податком на додану вартість. Нарахування митних платежів, що підлягають сплаті при переміщенні автомобіля через митний кордон України, здійснюється із застосуванням ВМД у випадку декларування цього транспортного засобу з метою вільного обігу. Основою для нарахування митних платежів на автомобілі, які ввозяться на митну територію України є митна вартість, тобто ціна, що реально сплачена, або підлягає сплаті за такий товар у разі його продажу до країни імпортера [33].

Ставка ввізного мита на автомобілі на сьогодні становить 10 % від суми митної вартості транспортного засобу (для авто з країн ЄС з 2018 року – 7,3%). Ставки акцизного податку для автомобілів диференційовано залежно від об'єму двигуна та віку авто (табл. 2.8). Виділено три вікові категорії, а саме: нові автомобілі, ті, що експлуатувалися не більше як п'ять років та ті, що експлуатувалися понад п'ять років. Для прикладу, для старих автомобілів (понад п'ять років) з робочим об'ємом двигуна від 1500 до 2200 см³ ставка податку є вищою приблизно у 9 разів, а ніж для нових.

**Ставки акцизного податку для окремих категорій
легкових автомобілів [45]**

Код товару згідно з УКТ ЗЕД	Код товару (продукції) згідно з УКТ ЗЕД	Код товару (продукції) згідно з УКТ ЗЕД
8703 22	ТЗ з двигуном внутрішнього згоряння з іскровим запалюванням та з кривошипно-шатунним механізмом: - - з робочим об'ємом циліндрів двигуна понад 1000 куб. см. але не більш як 1500 куб. см:	
8703 22 10 00	нові	0.063 євро за 1 куб. см об'єму циліндрів двигуна
8703 22 90	що використовувалися:	
8703 22 90 10	не більш як п'ять років	1.367 євро за 1 куб. см об'єму циліндрів двигуна
8703 22 90 30	понад п'ять років	1.761 євро за 1 куб. см об'єму циліндрів двигуна
8703 23	- - з робочим об'ємом циліндрів двигуна понад 1500 куб. см, але не більш як 3000 куб. см:	
	нові	
8703 23 19 10	з об'ємом циліндрів двигуна понад 1500 куб. см, але не більш як 2200 куб. см	0,267 євро за 1 куб. см об'єму циліндрів двигуна
8703 23 19 30	з об'ємом циліндрів двигуна понад 2200 куб. см, але не більш як 3000 куб. см	0,276 євро за 1 куб. см об'єму циліндрів двигуна
8703 23 90	що використовувалися:	
	з об'ємом циліндрів двигуна понад 1500 куб. см, але не більш як 2200 куб. см:	
8703 23 90 11	не більш як п'ять років	1,643 євро за 1 куб. см об'єму циліндрів двигуна
8703 23 90 13	понад п'ять років	2,441 євро за 1 куб. см об'єму циліндрів двигуна
	з об'ємом циліндрів двигуна понад 2200 куб. см, але не більш як 3000 куб. см:	
8703 23 90 31	- - - - не більш як п'ять років	2,213 євро за 1 куб. см об'єму циліндрів двигуна
8703 23 90 33	- - - - понад п'ять років	4,985 євро за 1 куб. см об'єму циліндрів двигуна

Зауважимо, що пропуск на митну територію України з метою вільного обігу та першої реєстрації ввезених транспортних засобів нових і таких, що були в користуванні, або виготовлених в Україні здійснюють за умови їх відповідності екологічним нормам не нижче рівня «ЄВРО-5» (з 1 січня 2016 року), згідно з технічними регламентами та національними стандартами (щонайменше за умови відповідності вимогам рівня “В” ДСТУ UN/ECE R 49-02A, В:2002 або “В”, “С”, “D” ДСТУ UN/ECE R 83-03:2002, які застосовують залежно від особливостей конструкції транспортних засобів).

Євро-5 – екологічний стандарт, що регулює вміст шкідливих речовин в вихлопних газах. Стандарт обов'язковий для всіх нових вантажних автомобілів, що продаються в Євросоюзі з жовтня 2008 року. Для легкових автомобілів – з 1 вересня 2009 року.

В Україні дотримання стандарту Євро 5 вимагається з 1 січня 2016 року для всіх імпортованих з-за кордону автомобілів. Цим стандартом фактично введена повна заборона на ввезення авто, що виготовлені раніше 2008/2009 року (або обов'язкове переобладнання двигуна під чинний еко-стандарт), оскільки реально екологічний стандарт Євро-5 в країнах Євросоюзу та США почав діяти в 2009 році, і відповідно, автовиробники почали випуск автомобілів з Євро-5 після 2009 року. Зазначене, провокує ввезення до України бувших у використанні іноземних автомобілів без їх реєстрації у митних режимах тимчасового ввезення або ж транзиту, про що йшлося у параграфі 2.1.

Підсумовуючи усе вищезазначене, констатуємо, що на сьогодні найбільш актуальними проблемами регулювання автомобільного ринку України є необхідність пошуку дієвих інструментів, які б сприяли розвитку вітчизняного автомобілебудування, забезпечення конкурентоспроможності національного автовиробника на зовнішніх ринках, вирішення проблеми «євроблях» та оптимізації зовнішньоторговельного балансу продукції галузі автомобілебудування у напрямку збільшення експорту та скорочення імпорту.

Висновки до розділу 2

Розвиток автомобільного ринку України характеризується доволі суперечливими тенденціями, найбільш яскравими серед яких є нестабільний темп росту обсягів продажу та стійка тенденція до зниження частки вітчизняних автовиробників. У наповненні вітчизняного ринку легкових автомобілів переважає імпорту, частка якого постійно зростає. Тому на сьогодні вітчизняний авторинок представлений здебільшого імпортною продукцією, що посилює вимоги до конкурентоспроможності українських автомобілебудівників. Саме тому необхідною є розробка системи заходів щодо підвищення рівня такої конкурентоспроможності, забезпечення умов успішної збутової діяльності, в тому числі завдяки посиленню маркетингової політики, та створення перспектив для виходу на зовнішні ринки.

Підводячи підсумки проведеного дослідження законодавчого забезпечення автомобільного ринку, можна зазначити наступне: нині на державному рівні приділяється значно менше уваги забезпеченню конкурентоспроможності вітчизняних автовиробників на національному ринку продажу автомобілів, а ніж у передкризовий період. Так, у посткризовий період, коли автомобілебудування переживало тяжкі часи різкого спаду обсягів виробництва та реалізації продукції, не було жодним чином скориговано діюче на той момент нормативно-правове підґрунтя забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних автовиробників на національному ринку продажу автомобілів.

Неуважність з боку держави до проблем розвитку підприємств вітчизняного автомобілебудування в посткризовий період, а також реалізація найбільш загального, не індивідуалізованого підходу при прийнятті у 2014 році Концепції Державної цільової економічної програми розвитку легкового автомобілебудування на період до 2020 року в сукупності ставлять під сумнів дієвість сучасного нормативно-правового підґрунтя забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних автовиробників на національному ринку

продажу автомобілів і, тим самим, актуалізують необхідність його подальшого доопрацювання та вдосконалення.

Особливо вагомою залишається проблема незаконного ввезення із країн Євросоюзу в Україну нерозмитнених автомобілів, що пов'язано із прогалинами у вітчизняному законодавстві. Контролюючі органи не мають достатніх механізмів відстеження законності перебування іномарок на іноземній реєстрації, а «сірі схеми» ввозу працюють досить ефективно. Зазначене призводить до суттєвого недонадходження митних платежів до бюджету країни та провокує загострення екологічної ситуації в державі.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ АВТОМОБІЛІВ В УКРАЇНІ

3.1. Енвайроментальна складова державного регулювання автомобільного ринку

Довкілля України зазнає величезного навантаження через різноманітні забруднення, що потрапляють в атмосферне повітря, гідросферу та ґрунт. Величезний вклад в забруднення повітря вносить транспорт, зокрема автомобільний. Екологічну ситуацію великих міст на 90% забезпечують викиди шкідливих речовин саме від дорожніх транспортних засобів. До цього треба відмітити постійно зростаючу кількість автомобілів в містах, незважаючи на кризові процеси, що проходять в Україні.

Зростання кількості автомобілів, що перебувають в експлуатації, спостерігається останні 15 років. Тільки в 2008 році було придбано і введено в експлуатацію близько 600 тисяч нових легкових автомобілів. І, хоча, в 2009 та 2010 роках цей показник знизився до 160 тис. автомобілів, але приріст зберігається через довготривалий термін експлуатації автомобілів (15-20 років). За даними Міністерства інфраструктури України станом на 2017 рік в нашій державі експлуатується близько семи мільйонів автомобілів [35].

Сучасний світ занепокоєний і збільшенням викидів парникових газів, зокрема вуглекислого газу CO₂. Цю занепокоєність підтвердила і міжнародна конференція зі зміни клімату, що проходила в Копенгагені (Данія) в 2009 році.

Вуглекислий газ є продуктом згоряння вуглецевмісних палив (вугілля, нафтопродукти, горючі гази, спирти та інші). Для зменшення викиду вуглекислого газу в атмосферу необхідно обмежити спалювання подібних палив, чи відмовитися від їх використання повністю. Іде пошук заміни звичних поршневих двигунів внутрішнього згоряння на транспортних засобах гібридними установками і електродвигунами [15, с. 11].

Свої проекти електромобілів на даний час представили всі ведучі автовиробники світу. Але, чи є перспективи витіснення автомобіля з двигуном внутрішнього згорання електромобілем саме в Україні?

Електромобіль при першому розгляді має дуже значні переваги перед транспортним засобом з двигуном внутрішнього згорання. До еколого-економічних переваг електромобіля відносять [15, с. 11]:

- Відсутність шкідливих викидів.

Так, електромобілі не виділяють в навколишнє середовище токсичні речовини з відпрацьованими газами за відсутності самих відпрацьованих газів. Але залишаються виділення теплоти, продуктів зношування деталей, часток гуми. Та і утилізація спрацьованих вузлів теж залишається проблемою, зокрема утилізація акумуляторів. Крім того, для виробництва електроенергії, необхідної для зарядки акумуляторів, залучають нові потужності атомних та теплових електростанцій, які вносять свою частку в забруднення середовища,

- Висока екологічність через не використання антифризів, трансмісійних і моторних олів.

- Низька пожежо- і вибухонебезпечність при аварії;
- Коефіцієнт корисної дії (90-95%) в кілька разів вище коефіцієнту корисної дії двигуна внутрішнього згорання (22-42%) [13, с. 106].

Аналіз готовності українського ринку до впровадження електромобілів можна здійснювати за такими критеріями [12, с. 34-35]:

- наявність розвиненої інфраструктури обслуговування, що є першочерговою умовою розвитку попиту (у вигляді станцій зарядки автомобілів, а також станцій технічного обслуговування);

- наявність попиту на особистий легковий автотранспорт. Необхідно встановити прихильність населення до даного виду транспорту, а також встановити, на скільки заповнений ринок, і яка величина незадоволеного попиту;

- рівень доходів по регіонах. Передбачає наявність досить високих доходів для покупки електромобіля значною частиною населення;

- розвиненість науково-технічних і дистриб'юторських центрів, які можуть реалізовувати значні обсяги продукції і здійснювати інвестиції для створення вітчизняних проектів.

Ключовим аспектом, необхідним для формування стійкого попиту на електромобілі, є розвинена інфраструктура, яка проявляється, перш за все, в наявності зарядних станцій і центрів техобслуговування. Станції мобільного підзарядки є вкрай необхідними, забезпечуючи постійну мобільність автовласників і, відповідно, підвищуючи комфорт і привабливість електромобілів. На відміну від країн Євросоюзу, де станції мобільної зарядки стали буденними і вже доволі рівномірно розподілені по території, в Україні вони локалізовані в великих містах і уздовж провідних автомагістралей (таких як Київ - Чернігів, Київ - Харків, Київ - Одеса, Харків - Сімферополь, Київ - Чоп).

Що стосується найбільш населених міст України - Київ, Харків, Одеса, Львів, Дніпро, то загальним їх недоліком на сьогоднішній момент є недостатня кількість пунктів швидкої зарядки, які дозволяють провести повну зарядку автомобіля за 3-4 години замість 8. При поточному обсязі електромобілів такий недолік не є значним, однак при збереженні наявних темпів приросту чисельності електромобілів в найближчому майбутньому цей недолік може стати істотним. Незадовільною також є ситуація зі станціями технічного обслуговування. Так, у одного з провідних виробників електромобілів «Ніссан» на всю Україну є лише один сервіс центр «Кий-Авто» (м.Київ), який надає послуги з ремонту електромобілів. Більшість же представництв по Україні можуть проводити лише незначні технічний огляд та обслуговування, що вкрай незручно для клієнтів.

Для оцінювання перспективності розвитку електромобілів як явища в Україні необхідно з'ясувати, які властивості електромобілів є найбільш суттєвими для українців і наскільки великий попит на електромобілі взагалі. Це в першу чергу передбачає виявлення цільової аудиторії і оцінку величини її потенційного попиту. Так, за даними сайту Electrocars на 2016 рік найбільш

популярним електромобілем в Україні є NissanLeaf, що значно випередив конкурентів за обсягом продажів [76]. Якщо порівнювати цей автомобіль з його найближчим конкурентом – Tesla S, то NissanLeaf програє за рядом показників, в т.ч. максимальною дальністю пробігу без підзарядки, меншою надійністю при краш-тесті тощо. Однак дана модель має принципову перевагу для українців – меншу ціну (табл. 3.1).

Це означає, що попит на дану модель (NissanLeaf) формують дві ключові групи. В першу входять приватні особи, що входять до середнього класу, які змушені часто їздити по місту. Оскільки даний автомобіль не володіє великою дальністю пересування без підзарядки, їм зацікавляться жителі міста або ближнього передмістя, які змушені активно використовувати автотранспорт. До другої категорії входять підприємства, що спеціалізуються на доставці малогабаритного вантажу. В даному випадку радіус руху не грає великої ролі, проте мала ціна при покупці і обслуговуванні товару є великою перевагою, що дозволяє знизити витрати на автотранспорт.

Таблиця 3.1

Порівняння електромобілів NissanLeaf 2015 та TeslaModel S 2014 [12, с. 35]

Критерій	NissanLeaf 2015	TeslaModel S 2014
Ціна нового / б/в автомобіля	\$ 35 000/\$ 16 000	\$130 000/ \$50 000
Витрати на обслуговування за 5 років (грн)	18 000/ 18 000	80000/ 9 0000
Максимальна дистанція поїздки	135	334
Час для максимальної зарядки звичайним/прискореним методом	6 годин/2 години	1,5 години / 45 хвилин
Вартість акумулятора	\$ 5 000	\$ 45 000
Термін гарантії акумулятора	6 років	10 років

За даними сайту «Автопортал», протягом 2016-2017 рр. в Україні було продано 54919 авто. Загальна кількість за списком Топ-30 моделей-лідерів продажів склала 27171 автомобілів. Топ-5 продаваних автомобілів мають наступну цінову характеристику (табл.3.2) [1].

Вартість найпоширеніших автомобілів [1]

Назва моделі	Ціна у мінімальній комплектації, грн.	Ціна у максимальній комплектації, грн.
Renault Logan	294 250	363 000
ЗАЗ Sens	169 575	169 575
Toyota Camry	717 504	948 828
Mazda CX-5	869 000	1 029 000
Toyota RAV 4	615 273	1 061 846

Дані таблиці свідчать, що серед найбільш рейтингових моделей переважають автомобілі з високою ціновою характеристикою (відносно рівня середньої заробітної плати по Україні). Таким чином, ціна електромобілів, особливо б/в (які становлять близько 90% від обсягу ввезених автомобілів), є прийнятною для українців. До того ж, витрати на технічне обслуговування для таких автомобілів менші, ніж у їх конкурентів в тому ж ціновому сегменті.

За даними агентства «Автостат», в середньому по Україні на 1000 осіб приходиться 162 автомобіля, що в 3-4 рази менше, ніж у країн ЄС. З одного боку, такі дані свідчать про низький рівень доходів, що не дозволяють середньостатистичному українцю придбати дороге майно, однак, в той же час не варто забувати про постійний прогрес у виробництві, який вже дозволив електромобілям майже зрівнятися в ціновому відношенні зі звичайними автомобілями.

При збереженні цієї тенденції в найближчому майбутньому можна буде очікувати більшої привабливості даного класу автомобілів в Україні, ніж в середньому по Європі. Даний процес вже відбувається, що видно по статистиці зростання попиту на електромобілі. Частка даних автомобілів на українському ринку склала на 2016 рік близько 2%, що є схожим з показниками європейських країн (Швейцарія – 2%, Франція – 1,2%). Однак в абсолютних цифрах співвідношення не настільки подібне. Приблизна кількість використовуваних електромобілів по Україні на кінець 2016 р. оцінюють в 2-2,5 тис. од., в той час,

як у Франції на 2015 р. число електромобілів оцінювалося в 74 тис. од., а абсолютний рекордсмен – Нідерланди – в 88 тис. од. [3].

Тобто, можна вважати, що електромобілі можуть зайняти в Україні значну нішу при збереженні наявних тенденцій, однак подібно звичайним автомобілям, вони навряд чи стануть масовими засобами пересування.

Одним з критеріїв готовності України до масового впровадження електромобілів може бути наявність власних розробок, які можуть полегшити впровадження електромобілів на український ринок шляхом науково-технічних досліджень та їх практичного застосування як самостійно, так і в кооперації з іноземними центрами.

На сьогоднішній день виробництво і розробка електротранспорту в Україні здійснюється на декількох підприємствах і являє собою об'єкти різного ступеня готовності до масового виробництва.

Так, у Львові підприємство «Електрон», що спеціалізується на виробництві трамваїв і тролейбусів, в 2015 р. випустило електробус «E19101» з дальністю автономної поїздки 200 км, що не поступається за техніко-експлуатаційними характеристиками класичним автобусам з двигунами внутрішнього згорання (ДВЗ), проте на сьогоднішній день електробус досі існує лише у вигляді одного зразка.

У Києві з 2008 р. розгортається виробництво на заводі «Титан», яке спрямоване на переробку автомобілів преміум-класу на електротягу і на розвиток супутньої інфраструктури. Наповнення ж українського ринку здійснюється шляхом імпорту з Європи та США. Мабуть, найбільш перспективним на даний момент є проект Synchronous від української компанії «Electric Marathon International», вперше показаний публіці на виставці в Монако в квітні 2016 р.

Однак даний проект є концепт-каром, призначеним для проведення екскурсій чи інших туристичних заходів і на сьогоднішній момент він навряд чи може розглядатися, як об'єкт масового виробництва для наповнення українського ринку. У той же час для роботи над даним зразком були задіяні

фахівці і підприємства з усієї України (Київ, Одеса, Дніпро). Таким чином, модель Synchronous являє собою зразок створення першого українського кластеру, присвяченого розробці електромобілів, чий досвід може використовуватися в подальшому.

Також на даний момент ведуться переговори про розгортання виробництва автомобілів Tesla в Західній Україні, що може бути вигідно для українського виробництва електромобілів, оскільки надасть досвід розробки і виробництва для українських фахівців. У той же час, автомобілі моделі Tesla навіть в стані б/в залишаються занадто дорогими для більшості українців, тому захоплення українського ринку даним підприємством мало імовірно.

На відміну від науково-технічного потенціалу в Україні добре розвинений потенціал комерційний. На сьогоднішній день існує об'єднання «Асоціація Учасників Ринку Електромобілів» (2015), яке включає більше 10 найбільших підприємств в даній сфері, чією спеціалізацією є дистрибуція автомобілів, розвиток інфраструктури, інвестиційні проекти, спрямовані на створення вітчизняного електромобіля.

Створення подібного об'єднання дозволяє підвищити ефективність взаємодії підприємств в даній сфері, що можна підтвердити зростанням продажів (в 2013 р. – 5 автомобілів; в 2014 – 39, 2015 – 526) а також кількісним поліпшенням об'єктів інфраструктури (2015 р. – 50, 2016 р. – більше 200 точок зарядки) і покращенням їх якості (поява численних дилерських і контакт центрів, можливості ремонту автомобілів і заміни живлення автомобілів з ДВЗ-системи на електрику [13, с. 37]).

Таким чином, на сьогоднішній день українські підприємства мають ряд розробок, здатних зайняти свою частку на вітчизняного ринку електромобілів, проте їх можливості до масового виробництва вельми обмежені.

Можна зробити висновок, що в Україні є передумови для розвитку ринку електромобілів:

- першочерговим критерієм забезпеченості регіону є розвинена інфраструктура. Дана сфера активно розвивається, оскільки в 2014 році

кількість зарядних станцій становила близько 40, на сьогодні вона перевищила 200 і продовжує зростати;

- наявність потенційного попиту. Оскільки рівень доходів населення недостатньо високий, потенційними споживачами електромобілів в Україні є малі та мікропідприємства, що забезпечують кур'єрські та транспортні послуги. Їх загальний обсяг становить близько 14 000, що дозволяє говорити про наявність перспектив для зростання числа електромобілів;

- конкуренція. На сьогоднішній момент найбільш дешеві електромобілі в б/в стані за ціновими характеристиками зрівнялися із середнім ціновим сегментом нових класичних автомобілів. У той же час, витрати на їх обслуговування в довгостроковій перспективі значно менше, що при правильно розробленій PR-кампанії може підвищити популярність електромобілів на ринку України;

- наявність вітчизняних розробок. На території України існує ряд підприємств з власними проектами різного ступеня готовності. Також почав формуватися власний кластер з проектування і виробництва електромобілів.

Таким чином, можна вважати, що ситуація з розвитком електроавтомобілів доволі суперечлива. На даний момент існують певні ризики, пов'язані зі зміною законодавства або зменшення попиту. Проте, у той же час, існують вагомні переваги зосередження зусиль на розвитку даного сегменту автомобілебудування, оскільки навіть зараз за більшістю техніко-експлуатаційних показників електромобілі вже зрівнялись зі звичайними. До того ж, тенденції розвитку даної галузі у світовому масштабі загалом та масштабі України зокрема з року в рік стають все більш обнадійливими.

3.2. Світовий досвід державної підтримки автомобілебудування та можливості його застосування в Україні

В розвинених країнах автомобільна промисловість є стратегічною, оскільки забезпечує розвиток багатьох суміжних галузей економіки, освоєння високих технологій, створення складного кінцевого продукту з високою часткою доданої вартості, а також зайнятість населення і належні відрахування до бюджетів усіх рівнів. Зважаючи на зазначене вважаємо, що в Україні потрібно використовувати позитивний досвід іноземних держав, зокрема щодо застосування протекціоністських заходів. Перші спроби втручання держави у процеси, що відбуваються на авторинку України, було здійснено ще в середині 1990-х років. Однак цілеспрямовано (з метою стимулювання національного виробництва автомобілів) протекціоністські заходи застосовуються лише протягом останніх років.

Одним із найпоширеніших аргументів на користь протекціонізму є необхідність захисту молодих або стратегічно важливих галузей економіки. Цей аргумент зводиться до того, що нові види виробництва, які мають потенційні порівняльні переваги, або стратегічні галузі економіки, які забезпечують національну безпеку, потребують тимчасового захисту від іноземної конкуренції на час свого становлення та розвитку. Прибічники галузевого протекціонізму доводять, що у довгостроковому періоді все суспільство виграє від запровадження обмежень на вільну торгівлю, оскільки національні виробники досягнуть ефекту масштабів виробництва та економії на навчанні, від чого ціна на їх продукцію знизиться і стане нижчою навіть за світову.

Однак, у світовій практиці протекціонізму існують приклади галузей, які перетворилися у конкурентоспроможні завдяки протекціонізму, і, разом з тим, приклади галузей, які залишилися слабкими навіть після багатьох років державного захисту. Прикладом може служити розвиток автомобілебудування Південної Кореї та Бразилії безпосередньо пов'язаний з активною державною

підтримкою, у той час як протекціоністська політика в автомобільній промисловості Аргентини та Австралії бажаних результатів не дала. Саме тому набуває актуальності розгляд протекціонізму для стимулювання розвитку автомобілебудування [48, с. 13].

Світовий досвід застосування протекціоністської політики свідчить про те, що існує серйозна проблема визначення і вибору потенційно прибуткових галузей та видів виробництва. Варто відзначити, що найчастіше користуються протекціоністським захистом саме безперспективні галузі, у той час як перспективні є недостатньо захищеними, а стимули їх розвитку – нестійкими. Реалізація помилкових пріоритетів в майбутньому може мати негативні наслідки для всієї економіки.

Успіх галузевого протекціонізму також залежить від вибору проміжку часу для державного захисту. Загальноприйнятим в системі СОТ є стандарт в 5-7 років. Цього терміну цілком достатньо для галузі, щоб створити конкурентну перевагу, а потім бути конкурентоспроможною в умовах лібералізації. Однак, дуже часто захищені галузі продовжують лобізм за збереження захисту вже після того, як вони досягнуть зрілого віку. Тимчасовий протекціонізм нерідко перетворюється у постійний. Розвиток ряду промислових галузей Аргентини, Єгипту та Індії відбувся завдяки протекціонізму, але сьогодні для свого виживання ці галузі потребують постійного захисту.

Протекціонізм реалізується за допомогою тарифних і нетарифних засобів. Світова практика застосування протекціонізму свідчить на користь застосування тарифних інструментів в порівнянні з нетарифними. Ліквідація нетарифних бар'єрів і заміна їх на тарифні в ряді країн світу (Кенія, Маврикій, Ямайка) сприяла зростанню доходів державного бюджету: надходження від тарифів в цих країнах збільшилися від 2,7% до 3,4% ВВП [65, с. 48]. Крім того, застосування нетарифних інструментів протекціонізму, зокрема, субсидій, обмежене нормами СОТ. Світова організація торгівлі суворо забороняє застосування різних ставок оподаткування для підприємств однієї галузі.

Вивчення досвіду протекціоністської політики в автомобілебудуванні Південної Кореї та Бразилії переконує в тому, що протекціонізм в основній галузі має неодмінно супроводжуватися державною підтримкою розвитку суміжних галузей, передусім виробництва деталей та комплектуючих. Тільки розвиток повномасштабного виробництва може забезпечити значну частку у валовому внутрішньому продукті, створення великої кількості робочих місць та суттєве зростання доходів у бюджет. Отже, необхідно проводити цілеспрямовану політику по відношенню до індустрії комплектуючих. Тарифний захист має поступово поширюватися на машинокомплекти, а також деталі і комплектуючі, які виробляються або можуть вироблятися в країні.

Галузевий протекціонізм як правило призводить до неефективного розподілу ресурсів в економічній системі. Протекціоністські заходи (особливо, субсидії) спотворюють сигнали, що надходять з ринку про ціни і процентні ставки щодо найбільш прибуткових можливостей бізнесу. Коли це трапляється, то виникають спотворення і у виробництві товарів (як в обсязі, так і у товарному асортименті). В умовах галузевого протекціонізму рішення виробників щодо того, що і в яких обсягах виробляти, базуються не на міркуваннях щодо одержання найбільшого прибутку, а на рішеннях уряду щодо галузей спрямовування ресурсів.

«Парникові» умови функціонування галузі (або окремого підприємства), які створюються протекціоністським захистом, часто призводять до неухильного погіршення продуктивних показників роботи підприємства (ріст виробничих витрат, падіння якості продукції, використання неефективних технологій та ін.), що зумовлено, в першу чергу, недоліками системи управління підприємством. Наявність «протекціоністської парасольки», не стимулює національних виробників шукати шляхи зменшення видатків виробництва для створення конкурентної переваги. За умов існування протекціонізму великі підприємства можуть отримувати найбільші прибутки не стільки від інновацій, започаткування нових технологій та від ефективного виробництва своєї продукції, як це мало б бути за умови ринку із жорсткою

конкуренцією, скільки від маніпулювання системою субсидування та ліцензування. Крім того, великі субсидії, що надаються фірмам – «національним виробникам», відбивають в інших фірм бажання започатковувати власні підприємства і, в такий спосіб, заважають появі нових підприємств і сприяють діяльності неприбуткових та нерентабельних фірм. Ці перешкоди стримують також впровадження нових технологій, оскільки неефективні виробничі лінії та застаріле обладнання за згаданих вище умов можуть продовжувати залишатися у користуванні.

Світовий досвід показує, що уряди країн, що досягли успіху у розвитку галузей за допомогою протекціонізму, взамін тих чи інших інструментів державного захисту вимагали від підприємств дотримання вимог прибутковості. Фірми, які не були прибутковими, згорталися. Здатність скасувати пільговий режим, коли він не приносить бажаних результатів, є надзвичайно важливою. Вивчення світового досвіду показує, що майже всі країни, які розвивали або оновлювали свою автомобільну промисловість, застосовували різного роду бар'єри на шляху ввезення імпортованих автомобілів на внутрішній ринок. При цьому найбільш поширеним інструментом захисту внутрішнього авторинку є підвищення на перехідний період ставок ввізного мита.

Розглянемо досвід Південної Кореї. Ця країна досягла успіхів у розвитку повномасштабної автомобілебудівної промисловості саме завдяки активній підтримці свого уряду. На початковій фазі урядова політика була спрямована на захист, розвиток і підтримку автоіндустрії. Для стимулювання економічного розвитку корейський уряд на початку 1960-х років обрав автомобілебудування основною галуззю промисловості, а у 1970-ті рр. – і основним напрямком експорту. Основна увага у розвитку автомобілебудування в Кореї надавалася спеціалізації промисловості і локалізації виробництва комплектуючих. До 1988 р. введена заборона на імпорт автомобілів виробництва ЄС та США. Після 1988 р. до 1999 р. введена заборона на імпорт японських автомобілів. Митні збори склали 50% до 1994 р., після – 10% [48, с. 14].

Протягом кількох десятиліть в Кореї проводилася цілеспрямована політика по відношенню до виробництва автомобільних комплектуючих, а саме:

1) державна підтримка в галузі фінансування, оподаткування і розвитку технологій для локалізації виробництва комплектуючих;

2) зобов'язання автокомпаній за рахунок власних ресурсів розробляти і виготовляти комплектуючі, виробництво яких могло бути локалізовано за наявної технології компанії і з невеликою сумою інвестицій;

3) державна підтримка локалізації виробництва сировинних матеріалів, які вимагали значних інвестицій в обладнання.

Проводилася в Південній Кореї і політика стимулювання виробництва народних автомобілів. Зокрема, у 1987 р. було скасовано спеціальний акцизний збір для автомобілів з обсягом двигуна до 800 куб. см і габаритами 3500 x 1500 x 2000 мм.

У результаті проведених корейським урядом заходів, в автомобілебудівній промисловості країни, у 1993 р. Південна Корея вийшла на 6-те місце серед найбільших країн-виробників автомобілів із загальним обсягом виробництва понад 2 млн. автомобілів на рік. Після того, як корейська автопромисловість зайняла лідируючі позиції, урядом було прийнято рішення про відкриття ринку, що змусило конкурувати як національних так і іноземних виробників.

Серед основних факторів успіху корейської автомобілебудівної промисловості можна виділити [48, с. 14]:

1) Проведення раціональної політики щодо автомобілебудівної промисловості:

- спеціалізація та уніфікація для досягнення економії, зумовленої ростом масштабів виробництва, що у свою чергу призводить до зниження собівартості автомобілів;

- стимулювання конкуренції корейських автовиробників;

- виконання програми локалізації та планів по забезпеченню комплектуючими.

2) Забезпечення розвитку суміжних галузей промисловості, таких як машинобудування, сталеливарне виробництво, хімічна промисловість, електроніка та ін., що стало основним принципом подальшого прогресу.

3) Стрімке зростання внутрішнього ринку завдяки швидко зростаючому доходу та успішному експорту.

4) Адекватне регулювання іноземних технологій й капіталу:

- за присутності іноземних компаній в автоіндустрії була можливою незалежність в транснаціональних корпораціях;

- модельний експорт розвивався на основі технологій, отриманих при технічній співпраці з іноземними виробниками.

5. Успішне вдосконалення управління підприємствами автомобілебудування разом з посиленням розвитком технологій компаній.

Усі перелічені фактори сприяли розвитку галузі автомобілебудування та допомогли вийти на міжнародні авто ринки.

Автомобілебудівна промисловість є однією з найбільш захищених не лише в країнах, що розвиваються, а й в країнах Європейського Союзу.

Єврокомісія також проводила активну зовнішньоторговельну політику, спрямовану на обмеження доступу імпортних автомобілів на ринок ЄС. Серед таких протекціоністських заходів – домовленість з Японією про добровільні експортні обмеження японських авто на ринок ЄС і вимога високого ступеню локалізації виробництва. Крім того, кожна країна ЄС має право висувати свої власні національні бар'єри проти імпорту продукції тих галузей, які найбільше можуть завдати шкоди. У той же час, Єврокомісія просуває автомобільну продукцію на експорт до країн Східної та Центральної Європи, Південної Кореї, Японії.

У країнах ЄС автомобілебудування розвивається за допомогою субсидій, які призводять до позитивного результату. Як правило, використовуються наступні інструменти субсидіювання: участь у капіталі підприємств

автомобілебудування, гранти чи звільнення від сплати прямих податків, надання гарантій для отримання кредитів та кредитування за пільговими ставками, надання податкових кредитів. Субсидії надаються переважно з бюджету країн ЄС, хоча для розвитку автомобілебудування також використовуються кошти регіонального фонду ЄС та Європейського інвестиційного банку. Основними мотиваційними факторами, що сприяють наданню субсидій є реструктуризація автомобілебудівних підприємств, стимулювання розвитку підприємств, інноваційні розробки та дослідження тощо. Інтенсивність надання субсидій автовиробникам для стимулювання регіонального розвитку є пропорційною інфраструктурним недолікам відсталих регіонів і враховує можливе спотворення конкуренції в даному сегменті ринку.

Субсидія для порятунку та реструктуризації автопідприємств надається при злиттях і придбаннях автоконцернів; при значних збитках, понесених підприємствами через падіння купівельного попиту; або в разі існування загрози скорочення значної кількості працюючих. Обов'язковою умовою надання субсидії є план реструктуризації, що передбачає конкретні заходи виходу підприємства з кризового стану. Отже, дослідження розвитку автомобілебудівної галузі інших країн говорить про те, що необхідною умовою для становлення автомобілебудівної промисловості країни є захищеність її внутрішнього ринку від зовнішньої конкуренції. Разом з тим, необхідно пам'ятати, що цей захист має бути тимчасовим і виправданим економічними вигодами, які будуть отримані після того, як автомобілебудівна галузь почне працювати ефективно.

Вивчений досвід застосування протекціоністської політики дають можливість виокремлення певних особливостей:

1. Нездатність держави правильно визначити перспективні галузі щодо надання підтримки спричиняє виникнення проблем ефективності протекціонізму.

2. Внаслідок обмеження конкуренції шляхом протекціонізму підприємства автомобілебудування втрачають стимул до вдосконалення системи управління та використання інновацій у виробничому процесі.

3. Для більш ефективного використання протекціонізму з метою розвитку галузі оптимальним є часовий проміжок у 5-7 років.

4. Світова практика застосування протекціонізму свідчить на користь використання тарифних інструментів в порівнянні з нетарифними.

5. Політика протекціонізму в галузі виробництва кінцевого продукту має неодмінно супроводжуватися державною підтримкою розвитку галузей з виробництва деталей і комплектуючих. Разом з тим, необхідно пам'ятати, що цей захист має бути тимчасовим і виправданим економічними вигодами, які будуть отримані після того, як автомобілебудівна галузь почне працювати ефективно.

3.3. Шляхи стимулювання інноваційного розвитку автомобілебудування в державі

Сучасний етап економіки України, погіршення внутрішніх і зовнішніх умов, вимагають негайного початку реалізації інноваційної стратегії економічного зростання на основі активізації інноваційних процесів у машинобудуванні. Незважаючи на кризовий стан економіки, проблеми галузі і окремих машинобудівних підприємств, відсутність значних фінансових ресурсів, необхідно запроваджувати інноваційну модель розвитку машинобудівних підприємств. Методологічною основою запровадження інноваційної моделі розвитку машинобудівних підприємств має бути:

- створення умов для зростання ринкового попиту на інновації;
- сприяння розвитку конкурентного середовища;
- надання пріоритетної підтримки розвитку науки й освіти;
- забезпечення захисту інтелектуальної власності;

- поліпшення якості робочої сили та зростання її вартості [6, с. 10].

Перехід до інноваційної моделі розвитку повинен здійснюватися на основі ефективного використання наявного науково-технічного потенціалу країни, створення економічних, інфраструктурних та інституційних передумов для досягнення стабілізації та сталого розвитку всіх галузей економіки, насамперед машинобудування, який є ключовим в інноваційній стратегії економічного зростання країни. Йдеться про прискорений розвиток машинобудування, здатного створювати конкурентоспроможну продукцію, посилення експортного рівня продукції, покращення технологічних характеристик машинобудівних підприємств, застосування досягнень науково-технічного прогресу.

Факторами, які стримують ефективність інноваційної трансформації машинобудівних підприємств, є:

- недостатнє державне регулювання та підтримка інноваційного розвитку;
- відсутність на державному, обласному й територіальному рівнях необхідної інфраструктури;
- недостатнє залучення банківської системи до довгострокового кредитування інноваційних проектів підприємств;
- ослаблення управління інноваційною діяльністю на всіх рівнях;
- відсутність ефективного механізму залучення до довгострокового фінансування інноваційних проектів банківської системи;
- недостатня керованість інноваційними процесами на державному і територіальному рівнях;
- слабкий розвиток ринкових механізмів науково-технічної діяльності;
- слабкість впливу на розвиток науково-технічної діяльності;
- неефективне використання існуючого науково-технічного потенціалу.

За умови використання машинобудівним комплексом досягнень науково-технічного прогресу Україна може стати високотехнологічною країною з інноваційною моделлю розвитку. Подолати суттєве відставання галузі щодо

продуктивності праці, оновити основні засоби, впровадити енерго- та матеріалозберігаючі технології можна тільки на основі новітніх досягнень цивілізації. Безперечно, це вимагатиме значних фінансових ресурсів.

Фінансування інноваційної діяльності в провідних країнах світу відбувається за рахунок державно-приватного партнерства. За цих умов активна взаємодія держави і приватного бізнесу у фінансовій підтримці науково-технічного розвитку створює передумови для стрімкого розвитку національної економіки [7, с. 214].

Високі досягнення в інноваційній сфері провідних країн світу (США, Японії, Великобританії, Ізраїлю та Німеччини) забезпечили три фактори розвитку: 1) ефективна інноваційна політика; 2) розвиток інноваційної інфраструктури; 3) удосконалення стратегічного потенціалу інноваційного розвитку. Саме активізація інновацій є умовою структурного оновлення суспільного капіталу та його позитивної динаміки. До речі, частка вітчизняної наукомісткої продукції на світовому ринку високотехнологічної продукції менше ніж 0,1 %, тоді як частка США — близько 36 %, Японії — 30%, Німеччини — 17%, Росії — 0,5% [6, с. 11].

Досліджуючи це питання в машинобудуванні, не можна не поставити під сумнів низьку можливість концентрувати ресурси на інноваційних процесах. На сьогодні в галузі є багато збиткових підприємств, які не мають ні дотацій, ні спонсорів, а тримаються так би мовити «на плаву». Це нонсенс ринкової економіки або результат дозволених «фокусів» системи обліку. Зрозуміло, що тіньова сфера економічної діяльності не існує поза межами країни і поля зору державних інституцій (фіскальної служби, усіх рівнів міліції, фінансових органів, державної статистики, Антимонопольного комітету, Фонду державного майна і т. д.). Тіньова економіка є наслідком реакції бізнесу на неефективну податкову політику й бюджетну підтримку реального сектора економіки. Цілі платників податків і держави збігаються лише частково: головною метою платників податків є отримання максимального прибутку від своєї діяльності. А держава зацікавлена в отриманні й перерозподілі максимальних фінансових

ресурсів для виконання своїх функцій, а також у структурній перебудові економіки країни на користь наукомістких високотехнологічних виробництв, заснованих на принципах збереження ресурсів. Виникає основна суперечність: платник хоче зберегти у своєму розпорядженні максимальний розмір прибутку і при цьому отримувати від держави якісні послуги, передбачені Конституцією і законами, а держава в особі органів управління, зацікавлена отримати якомога більше фінансових ресурсів у вигляді податків для задоволення суспільних запитів.

Досягти поставлених державою завдань можна лише в разі встановлення збалансованої взаємодії держави і платників, а також справедливого (адекватного наданим послугам) оподаткування. Для цього необхідно поєднати виважений рівень податкового контролю та усвідомлення неадекватності послуг, що надає держава, та прав, котрі вона має забезпечувати рівневі сплачуваних податків. Підприємці не відчувають себе захищеними, не можуть бути впевненими у справедливості рішень судових органів, не одержують якісних послуг від органів державної влади. Сумлінні платники податків не отримують належного ставлення від державних органів. Це робить відносини держави і платників податків несправедливими, а тому частина платників податків вважають, що мають моральне право виконувати свої обов'язки перед державою теж не якісно або не виконувати взагалі. Така ситуація не сприяє виходу частини машинобудівних підприємств із тіні та розширенню бази оподаткування.

В Україні основною функцією держави в системі адміністрування залишається податковий контроль. Цей метод є досить затратним, до того ж він має низьку економічну ефективність. Наданню допомоги платникам податків здійсненні податкового менеджменту не приділяється достатньої уваги. У той же час у США, Франції та ін. надання допомоги платникам податків у здійсненні податкового менеджменту є пріоритетним у діяльності податкових служб. Важливу роль у проведенні державного податкового адміністрування відіграє сприяння добровільній платі податків. Таким шляхом пішли

Великобританія, США, Франція та ін. Таким чином, наповнення бюджету має відбуватися і через мобілізацію резервів, що існують у т. ч. в тіньовому секторі.

Реалізація структурної перебудови галузі на основі інноваційних і технологічних рішень, а також виведення із тіньового сектора значної частини машинобудівних підприємств є надзвичайно складною і амбітною метою. Проте досягнення цієї мети дасть змогу машинобудуванню не тільки вийти з кризи, а й вийти на новий рівень соціально-економічного розвитку галузі. Перехід до інноваційної моделі розвитку машинобудування є потужним чинником детінізації галузі, що не потребує застосування примусових заходів з боку держави. Не може машинобудівне підприємство, яке застосовує новітні технології, працювати в тіньовому секторі.

Умови роботи підприємств у тіньовому секторі економіки не дають можливості проводити повноцінну інноваційну діяльність та застосовувати новітні технології через неможливість доступу до ресурсів банківського й інвестиційного секторів та необхідність приховувати обсяги реалізації продукції чи послуг. До джерел фінансування інновацій в умовах ринку належать власні кошти підприємств (прибуток, амортизаційний фонд, акціонерний капітал, спонсорські кошти), бюджетні кошти (прямі й непрямі у вигляді пільг, дотацій тощо), іноземні інвестиції, кредитні ресурси, венчурний капітал. Дефіцит коштів підприємства стримує фінансування науково-інноваційної діяльності. Окрім того, криза неплатежів у машинобудуванні обмежує можливість фінансування інновацій за рахунок прибутку.

Характерною ознакою сьогодення є трансформація традиційного менеджменту до нової парадигми управління, що заснована на використанні науково-інтелектуальних ресурсів підприємства, його знань, винахідницької та раціоналізаторської діяльності. Також існує тенденція інтелектуального старіння машинобудівних підприємств за рахунок невикористання інформаційних та промислових технологій – систем автоматизованого проектування, засобів автоматизованого управління виробництвом. Тільки 10 %

машинобудівних підприємств впроваджують та ефективно використовують систему автоматизованого проектування (САПР).

Виявлено ряд причин, що стримують запровадження нової парадигми управління на машинобудівних підприємствах:

- економія витрат на інвестиції в інтелектуальний та людський капітал;
- загальне моральне старіння кадрів та спеціалістів – «працівників знань»;
- відсутність індивідуального підходу до працівника, програм професійного кар'єрного росту;
- відсутність науково-інженерних розробок;
- невміння організувати роботу в колективі і у групі;
- неефективне впровадження та використання інформаційних технологій.

Можна зробити висновок, що на національних машинобудівних підприємствах використовується «індустріальний підхід» щодо управління науково-дослідною роботою, процесами навчання, підвищення людськими ресурсами кваліфікації працівників. Але, поступово, дана ситуація змінюється.

Дослідження показали, що на підприємствах готові до освоєння та поступового переходу до інтелектуального забезпечення управління знаннями та інтелектуальним капіталом, що буде інтегрувати процеси роботи з інформацією та знаннями в єдину систему господарської діяльності підприємства.

Слід також звернути увагу на необхідність внесення змін на державному рівні в амортизаційну політику. Амортизаційні кошти належать до цільових, тому вони повинні в повному обсязі залишатися на підприємстві. Крім того, незрозумілим з економічної точки зору є прийняття за базу для нарахування амортизації залишкової, а не первинної вартості основного капіталу. Такий спосіб виплати амортизації уповільнює обіг коштів підприємства. Кошти на технічне оновлення вважаються фінансовою компенсацією підприємству ресурсів, витрачених на засоби виробництва. Особливо гострою ця проблема є

для приватних підприємств, де амортизаційні кошти зараховуються до поточного обігу як обігові кошти.

Одним із чинників, від яких залежить інноваційний розвиток машинобудівних підприємств, є національна політика оподаткування прибутків. Світова практика передбачає отримання додаткових пільг в оподаткуванні коштів, витрачених на амортизацію. Для стимулювання інноваційної діяльності в Україні потрібно залучити банки та інвестиційні фонди до інвестування інноваційного розвитку машинобудівних підприємств. Натомість ці фінансові структури звільнялись від оподаткування.

Проблему оподаткування частини прибутку підприємства, що інвестується в інноваційну діяльність, можна розглядати як самостійну. Цей прибуток необхідно звільнити від оподаткування, оскільки вкладання коштів у інноваційний розвиток підприємства сприяє економічному зростанню держави. Однак звільняти від оподаткування можна тільки ту частину інвестованого в інновації прибутку, що перевищує розмір нарахованої амортизації на останню звітну дату. Держава повинна контролювати, як використовуються на підприємстві амортизаційні кошти: необхідне дотримання вимог повного використання нарахованої амортизації згідно з цільовим призначенням, оскільки за існуючих умов підприємства використовують амортизаційні кошти для поповнення обігових.

У машинобудуванні виділяють 5-7 пріоритетних напрямів розвитку інноваційної діяльності, які в сукупності охоплюють всі можливі сфери діяльності. На наш погляд, така практика щодо формування пріоритетів є неефективною, оскільки це призводить до розпорошення державних коштів без належної віддачі: жодна із представлених проблем не вирішується остаточно. Тому при розробці стратегії інноваційного розвитку галузі на макрорівні необхідно зосередитись на розв'язанні в повному обсязі хоча б однієї, найважливішої, з державної точки зору, проблеми. Тільки після її вирішення обрати наступну проблему, вирішення якої є реальним завданням на певному етапі економічного розвитку. Проте реалії української економіки такі, що

декілька нагальних проблем треба вирішувати негайно. Першою такою проблемою, яку треба вирішувати, на нашу думку, є те, що українська економіка є однією з найбільш енергоємних у світі: на виробництво одиниці ВВП витрачається у 3-5 разів більше енергії, ніж у країнах Європи. Це призводить до зростання навантаження на державний бюджет за рахунок необхідності субсидування закупівлі надлишкової кількості енергоресурсів, у тому числі газу, збільшення викидів в атмосферу й створює проблеми для конкурентоспроможності національної економіки та ін. Тому головним завданням інноваційної діяльності машинобудування є проведення планомірної і технологічної модернізації електроенергетичного сектора.

Другою проблемою, яку треба нагально вирішувати за допомогою інноваційної діяльності машинобудівних підприємств, є те, що, маючи великі природні запаси вугілля, українська вугільна галузь перебуває в стані стагнації. Основними проблемами галузі є [6, с. 13]:

- низька продуктивність праці і висока собівартість вугілля, що найчастіше перевищує ціну імпортного;
- застаріле гірничошахтне обладнання і низька якість нового;
- низькі темпи технічної модернізації шахт.

Наступною проблемою, яку треба вирішувати негайно, є модернізація нафтогазового сектора України. Інноваційні машинобудівні підприємства разом з науковцями повинні взяти на себе розробку і випуск нового обладнання для розвідки і видобутку власних запасів вуглеводів, обладнання для модернізації нафто- і газотранспортних мереж, обладнання для модернізації нафтопереробних потужностей. Інноваційне машинобудування повинне також взяти активну участь у прискоренні технічного переоснащення й підвищення ресурсо- й енергоефективності житлово-комунального господарства країни. Інноваційні машинобудівні підприємства повинні залучатися до модернізації транспортної інфраструктури, що є каталізатором економічного зростання.

Відсутність уваги держави привело до значного зносу основних фондів. Наприклад, у залізничному транспорті знос складає 85%. Обладнання морської

і річкової інфраструктури потребує посиленої уваги держави. Модернізація агропромислового комплексу вимагає інноваційного розвитку вітчизняного сільськогосподарського машинобудування. Сучасний його стан характеризується як депресивний. Реалізація вищеперерахованих пріоритетних напрямів інноваційної діяльності машинобудівних підприємств вимагає від держави значних фінансових ресурсів, яких країна, на жаль, не має. Тому модернізація інфраструктури та базових секторів економіки на основі інноваційної діяльності галузі вимагає використання державно-приватного партнерства.

На нашу думку, підтримка автомобілебудування державою має спиратися на політику протекціонізму, розвинуте конкурентне середовище, враховуючи внутрішньоекономічну й зовнішньоекономічну ситуацію, а також потужні джерела генерування інновацій. Єдина загальнодержавна система підтримки галузі повинна бути органічною складовою єдиної загальнодержавної системи соціально-економічного прогнозування та планування і передбачати:

- стабільність законодавства, прозорі та уніфіковані правила змін;
- ефективне економіко-правове середовище на мікрорівні;
- систему компенсацій за ризик суб'єктам господарювання, які виконують інноваційні проекти;
- індикативну політику стимулювання інноваційної діяльності, яка б відповідала загальнодержавним пріоритетам та передбачала пільгове оподаткування і кредитування інноваційних проектів, що розробляються або реалізуються в руслі загальнодержавних пріоритетів;
- надання державних гарантій під найперспективніші програми;
- створення системи заохочення найбільш продуктивних інноваторів.

Інноваційна політика щодо розвитку автомобілебудівних підприємств має бути спрямована також на прискорену амортизацію основного капіталу. Вона повинна мати не директивний, а лише індикативний характер. Це пов'язано з тим, що на внутрішньому ринку не багато є зразків вітчизняної техніки з достатнім ступенем надійності й оптимальним співвідношенням ціна/якість.

Директивне введення прискореної амортизації змусить більшість вітчизняних підприємств закуповувати дорогу імпортовану техніку, що значно послабить або взагалі підірве їх фінансові позиції. Норми ж прискореної амортизації, крім індикативного характеру, повинні жорстко диференціюватися по галузі машинобудування залежно від строку «життєвого циклу» техніки та частоти інновацій.

Інноваційний процес не можливий за відсутності потужних джерел генерування інновацій як у зовнішньофірмовому, так і у внутрішньофірмовому середовищі. Для збереження джерел інновацій у зовнішньофірмовому середовищі, перш за все, необхідно не допустити приватизації науково-дослідних установ, хоча таке питання ставиться на порядок денний в останні роки. Приватизація призведе до перепрофілювання більшості науково-дослідних установ, оскільки за рахунок інноваційної діяльності вони не зможуть окупити вкладені в них кошти. Це призведе до втрати вже накопиченого інтелектуального капіталу та більшості інтелектуальних продуктів і назавжди позбавить Україну одного з основних джерел генерування нових ідей.

Висновки до розділу 3

Автомобільний ринок України наразі перебуває в досить скрутному становищі, негативно впливаючи головним чином на діяльність вітчизняних автовиробників. Однак, наявними є перспективи та можливості виходу з «кризи», яка має місце. Головну роль в цьому напрямку повинна відіграти держава, здійснюючи значну підтримку вітчизняного виробництва. Серед найбільш ймовірних позитивних зрушень в напрямку розвитку автомобільного ринку України за рахунок реалізації всіх прийнятих на державному рівні заходів можна відзначити наступні:

- зростання частки вітчизняного виробництв в наповненні внутрішнього ринку (головним чином за рахунок зменшення імпорту іноземних автомобілів);
- диверсифікація ризиків залежності національної економіки від кон'юнктури зовнішніх ринків на сталь та хімічну продукцію;
- організація виробництва автомобільних комплектуючих;
- зміна структури національної економіки України за рахунок збільшення частки вітчизняного автопрому в ВВП.

Перспективним напрямком розвитку національної автомобільної галузі також є виробництво та реалізація електромобілів. Це зумовлено такими факторами, як економічність, екологічність та зручність у використанні такого виду транспорту. Проте, на даний момент існують проблеми з наявністю розгалуженої мережі станцій електричного живлення та складності в обслуговування. Державна підтримка з усунення цих недоліків та популяризація електромобілів в Україні дозволять найближчим часом зробити цей вид транспорту доступним та зручним у користуванні.

ВИСНОВКИ

У роботі доведено, що автомобільний ринок є важливою складовою національної економіки та передумовою її ефективного розвитку. В свою чергу, досягнення збалансованого поступального розвитку ринку автотранспортних засобів не можливе без прямого та опосередкованого впливу держави через застосування спектру методів, засобів та інструментів.

Здійснений аналіз елементів організаційно-правового механізму державного регулювання автомобільного ринку в Україні на сучасному етапі дозволив виокремити основні його методи та інструменти. Встановлено, що правові та адміністративні методи є загальнообов'язковими та значною мірою окреслюють умови ведення господарської та підприємницької діяльності в конкретній державі, як правило, в довгостроковій перспективі; економічні методи застосовуються органами державної влади вибірково до окремих суб'єктів господарювання з метою стимулювання їх розвитку; соціально-психологічні методи державного регулювання передбачають створення сприятливого соціально-психологічного клімату в суспільстві для позитивного сприйняття, підтримки та сприяння реформаційним процесам у державі, що мають місце внаслідок застосування правових, адміністративних і економічних методів державного регулювання.

На сьогодні, розвиток автомобільного ринку України характеризується доволі суперечливими тенденціями, найбільш яскравими серед яких є нестабільний темп росту обсягів продажу та стійка тенденція до зниження частки вітчизняних автовиробників. Виявлено ряд проблем та перешкод на шляху розвитку національного автомобільного ринку, серед яких: низька частка українського виробника на ринку, що пов'язано із невідповідністю цінових і якісних параметрів української продукції автомобілебудування; суттєве переважання частки бувших у користуванні автомобілів над новими, що створює загрозу погіршення екологічної ситуації в країні; масове ввезення в країну нерозмитнених автомобілів в режимі тимчасового ввезення та транзиту,

що призводить до масштабних втрат державного бюджету через недонадходження митних платежів; висока енергомісткість та ресурсомісткість автомобілебудівної галузі України поряд із низькою інноваційною та високотехнологічною складовою; недовіра непрямих методів державного стимулювання українського машинобудування. До основних факторів, які справляють позитивний вплив на розвиток автомобільного ринку є: відновлення автокредитування, прогнозована фіскальна політика держави, запровадження прогресивних інструментів державної підтримки (пільгове кредитування, гранти), маркетингова активність учасників ринку. Потенційними позитивними наслідками впливу вищеперерахованих чинників є зростання частки вітчизняного виробництва в наповненні внутрішнього ринку; диверсифікація структури виробництва (перехід від комплектування до повного циклу виробництва); формування засад для розвитку вітчизняних конкурентоспроможних автомобільних брендів; створення передумов для активного виходу українських автовиробників на закордонні (передовсім європейські) ринки.

Дослідження світового ринку автомобілів дозволило з'ясувати, що у даний час більшість компаній належать або знаходяться в альянсах з автомобілебудівними ТНК інших країн. Провідними продавцями на світовому автомобільному ринку, продажі яких перевищують мільйон авто, є автоконцерни Toyota Motor Corporation, General Motors, Renault Nissan, Hyundai Motors, Volkswagen Group, Ford Motor Company, SAIS (Shanghai Automotive International Co.), Fiat Auto, Honda, Daimler AG, PSA Peugeot Citroen, BMW, Suzuki Motor Corporation, Tata Motors. Особливостями розвитку світового автомобільного ринку в сучасних умовах є його звуження, уніфікація та «китаїзація» заради зниження ціни, зростання впливу технологічних інновацій у розробці силових агрегатів автомобілів (збільшується кількість автомобілів з гібридними паливно-електричними двигунами; розробляються автомобілі виключно на електричній енергії, водневих паливних елементах тощо).

Важливою передумовою підвищення ефективності функціонування автомобільного ринку України є державне стимулювання інноваційної діяльності автомобілебудівних підприємств та розвиток їх інноваційної активності. В роботі запропоновано заходи, що сприятимуть створенню дієвого економічного механізму державної стимулювання інвестиційно-інноваційної складової автомобілебудування, а саме: проведення планомірної технологічної модернізації електроенергетичного сектора економіки; прискорення технічного переоснащення автомобілебудування; створення ефективного політико-правового середовища на макрорівні; пільгове оподаткування і кредитування інноваційних проектів, що розробляються або реалізуються автовиробниками; надання державних гарантій під найперспективніші програми; створення системи заохочення найбільш продуктивних інноваторів тощо.

Одним із перспективних шляхів розвитку національного ринку автомобілів є перспективне збільшення частки електротранспорту, що дозволить покращити екологічну ситуацію в державі та зменшити ступінь залежності України від імпорتنих паливних ресурсів. З метою популяризації електротранспорту держава повинна, перш за все, активізувати механізми створення розвиненої інфраструктури обслуговування, що є першочерговою умовою розвитку попиту (у вигляді станцій зарядки автомобілів, а також станцій технічного обслуговування). Також необхідно створити науково-технічні і дистриб'юторські центри, які можуть реалізовувати значні обсяги продукції і здійснювати інвестиції для створення вітчизняних проектів.

Отже, у сьогоденних реаліях підвищення ефективності функціонування автомобільної галузі можливе за рахунок створення в Україні конкурентоздатного легкового автомобілебудування, розширення асортименту, розробка та введення концепції нових високоякісних вітчизняних преміум автівок, залучення світового досвіду розвитку автомобільної галузі, в тому числі екомобілів для покриття внутрішнього попиту та у майбутньому реалізації перспективи експорту. Також важливо для залучення і збільшення споживчого попиту проводити маркетингові дослідження споживчої поведінки,

застосовувати інноваційні маркетингові інструменти впливу на поведінку споживачів, удосконалювати маркетингові стратегії українських автомобілебудівних підприємств. Ці заходи сприятимуть зростанню рівня автомобілебудівництва України та обсягів виробництва даної галузі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Автопортал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.autoportal.ua
2. Аль-Шаргі Фахд. Реалізація стратегії розвитку підприємства в умовах монополітичної і олігополістичної конкуренції [Електронний ресурс] / Фахд Аль-Шаргі // Науковий вісник [Одеського національного економічного університету]. – 2014. – № 3. – С. 15-21.
3. Аналитическое агентство «Автостат» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.avtostat-info.com
4. Бойко В. С. Аналіз світового ринку легкових автомобілів [Текст] / В. С. Бойко, К. Д. Семенова // Статистика – інструмент соціально-економічних досліджень :збірник наукових студентських праць. Випуск 3. Частина I – Одеса, ОНЕУ. – 2017.– С. 120 – 128.
5. Вашакідзе Л. К. Стратегія фірми в умовах олігополії [Електронний ресурс] / Л. К. Вашакідзе // Управління розвитком. – 2014. – № 4. – С. 136-138. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2014_4_58
6. Великий Ю.В. Державне регулювання інноваційного розвитку машинобудівних підприємств України / Ю.В. Великий // Економіка та держава. – 2015. – № 12. – С. 10-12.
7. Великий Ю.В. Державне регулювання інноваційної діяльності машинобудівних підприємств: монографія / Ю.В. Великий, Є.Г. Юрін. — Миколаїв: Іліон, 2013. — 267 с.
8. Венгер В. В. Ринкова влада та картельні змови на олігопольних ринках [Електронний ресурс] / В. В. Венгер // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки. – 2014. – Вип. 6(1). – С. 165-168.
9. Волкова В. В. Моделювання взаємодій підприємств в умовах олігополії [Електронний ресурс] / В. В. Волкова, К. В. Дубровіна //

Економічний простір. – 2016. – № 112. – С. 5-16. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2016_112_3

10. Гаврилко П.П. Основні форми та методи державного регулювання економіки регіону / П.П. Гаврилко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2017. – № 7-8. – С. 96-100.

11. Гальперин В. М. Микроэкономика. Т. 2. / В. М. Гальперин. — С.Пб.: Экономическая школа, 1999. — 843 с.

12. Горова К. О. Визначення перспектив електромобілів на ринку України [Електронний ресурс] / К. О. Горова, Д. А. Горючий, М. В. Свіязов, А. В. Швердіна // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. – 2017. – № 2. – С. 33-38. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/piprp_2017_2_7

13. Горова К.О. Актуальність застосування електромобілів в Україні [Електронний ресурс] / К.О. Горова, А.В. Швердіна // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. – 2015. – № 3(1). – С. 105-107. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/piprp_2015_3\(1\)_22](http://nbuv.gov.ua/UJRN/piprp_2015_3(1)_22)

14. Григор'єва Ю.А. Специфіка розвитку автомобілебудівного ринку України / Ю.А. Григор'єва // Економіка : реалії часу. Науковий журнал. – 2016. – № 3 (25). – С. 124-133.

15. Дмитрієв М. М. Електромобілі в Україні як засіб покращення екологічної ситуації: проблеми та перспективи [Електронний ресурс] / М. М. Дмитрієв, В. В. Кухтик, И. О. Кухтик // Вісник Національного транспортного університету. – 2011. – № 22. – С. 10-19. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vntu_2011_22_4

16. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про розвиток автомобільної промисловості України»» // Відомості Верховної Ради України. – 2005. – № 34. – С. 436.

17. Захист інтересів національних товаровиробників на внутрішньому ринку: Офіційна інформація Міністерства економічного розвитку і торгівлі станом на 30.04.2014 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/category/main?cat_id=90070

18. Збірник Промисловість України у 2011-2015 роках : Статистичний збірник / Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

19. Іващук Н. Л. Побудова узагальненої моделі олігополії Курно-Пу та дослідження стійкості її точки рівноваги [Електронний ресурс] / Н. Л. Іващук, Б. В. Гнатів, І. І. Кавалець // Журнал обчислювальної та прикладної математики. – 2013. – № 2. – С. 94–104. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/jopm_2013_2_13

20. Кобець В. М. Цінова дискримінація проти єдиної ціни: вибір олігополії [Електронний ресурс] / В. М. Кобець // Економіка та держава. – 2010. – № 11. – С. 44-46. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2010_11_14

21. Кононенко Г.І. Особливості формування конкурентних переваг на ринках різних типів / Г.І. Кононенко // Економіка і суспільство. – 2017. – № 8. – С. 264-270.

22. Конституція України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://constitution.org.ua>

23. Костриченко В. М. Особливості розвитку внутрішнього автомобільного ринку в контексті дії Угоди про асоціацію між Україною та ЄС / В. М. Костриченко // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. – 2016. – Вип. 3. – С. 111-114. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sepspu_2016_3_24

24. Кривоконь О. Г. Сучасний стан та характеристика автомобілебудування як галузі промислового виробництва країни // Вісник Національного технічного університету. «Харківський політехнічний інститут» Збірник наукових праць. — 2011. – № 56

25. Кривоконь О. Г. Аналіз галузі легкового автомобілебудування України / Кривоконь О. Г., Бондаренко А. І. // Восточно-Европейский журнал передовых технологий. – 2012. – № 2/7. – С. 113-124.

26. Ламперт Х. Социальная рыночная экономика. Германский путь / Х. Ламперт. – М. : Дело, 1994.

27. Мадзігон В. Місце і роль олігополії на розвиток підприємництва в ринковій економіці / В. Мадзігон // Молодь і ринок. – 2012. – № 1. – С. 41-47. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mir_2012_1_10

28. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: Принципы, проблемы и политика: пер. с англ. – М.: Республика, 1992. – 400 с.

29. Маркетингове дослідження ринків збуту автомобілебудівних підприємств України [Електронний ресурс] / О.Г. Янковий, О.І. Яшкіна // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 5 (15). – С. 70-75. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n5.html>

30. Мацьків О. І. Перспективи та загрози для ринку легкових автомобілів України від створення ЗВТ з ЄС : експертна оцінка [Електронний ресурс] / О. І. Мацьків, І. В. Лещух ; ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М. І. Долишнього НАН України». – Львів, 2015. – 5 с. – Режим доступу: <http://ird.gov.ua/irdp/e20150302.pdf>

31. Мережко Н.В. Митна справа : підручник / Н.В. Мережко, П.В. Пашко, О.В. Рождественський ; за ред. П.В. Пашка. – Київ : Київ. нац.торг.-екон. ун-т, 2016. – 572 с.

32. Мироненко М.Ю. Концептуальні підходи до державного регулювання сучасної економіки / М.Ю. Мироненко // Актуальні проблеми державного управління. – 2013. – № 1 (43). – С. 56-63.

33. Митний кодекс України від 13.03.2012 № 4495-VI (редакція від 01.01.2013) / Офіційний веб-сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>

34. Мицель И. И. Модели олигополии / И. И. Мицель, С. В. Козлов // Известия Томского политехнического университета. – 2007. – Т. 311. – № 6. – С. 4–8.

35. Міністерство інфраструктури України / офіційний веб-сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mtu.gov.ua/>

36. Обсяги та динаміка виробництва і реалізації автотранспортних засобів в Україні у 2008-2017 рр. / Асоціація автовиробників України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrautoprom.com.ua/uk/statistika>

37. Олійник С. Маркетингові дослідження автомобільного ринку [Електронний ресурс] // <http://www.kontrakty.com.ua/ukr/gc/nomer/1998/3-98/3kompan.htm>

38. Офіційний веб-сайт Державної фіскальної служби України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://sfs.gov.ua/>

39. Офіційний веб-сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

40. Офіційний веб-сайт ЗАТ «Запорізький автомобілебудівний завод» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zaz.ua>.

41. Офіційний веб-сайт корпорації «Богдан» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bogdan.ua>.

42. Офіційний веб-сайт ПрАТ «ЄвроКар» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.europcar.com.ua>.

43. Офіційний веб-сайт ТОВ «ВО «КрАСЗ» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://krasz.com.ua>.

44. Піндайк Р. С. Мікроекономіка / Піндайк Роберт С., Рубінфелд Даніел Л. – Пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський. – К.: Основи, 1996. – 646 с.

45. Податковий кодекс України від від 02.12.2010 № 2755-VI (редакція від 29.05.2015) / Офіційний веб-сайт Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

46. Портер М. Международная конкуренция: Пер. с англ / М. Портер. – Москва: Международные отношения, 1993. – 896 с.

47. Постанова Кабінету Міністрів України «Про Програму розвитку автомобілебудування» № 732 від 15 вересня 1993 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/732!93!п>

48. Приходько В.П. Машинобудування України: національний протекціонізм чи синергія з європейським співтовариством? (на прикладі

автомобільної промисловості) / В. П. Приходько // Науковий вісник Ужгородського університету : Серія: Економіка / ред. кол.: В.П.Мікловда, В.І.Ярема, В.О.Приходько та ін. – Ужгород : Видавництво УжНУ «Говерла», 2014. – Вип. 1 (42). – С. 10-15.

49. Про внесення змін до Митного кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо ввезення транспортних засобів на митну територію України : Проект Закону України № 8488 від 15.06.2018 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=64236

50. Про внесення зміни до підрозділу 5 розділу XX «Перехідні положення» Податкового кодексу України щодо стимулювання розвитку ринку вживаних транспортних засобів : Закон України № 1389-VIII від 31.05.2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1389-19>

51. Про встановлення граничного рівня торговельної і постачальницько-збутової надбавки (націнки) на легкові автомобілі вітчизняного виробництва : Постанова Кабінету Міністрів України № 233 у редакції від 14 квітня 1994 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/233-94-п>

52. Про затвердження Ліцензійних умов провадження господарської діяльності, пов'язаної з виробництвом автомобілів та автобусів, і порядку здійснення контролю за їх додержанням : Постанова Кабінету Міністрів України № 596 у редакції від 10 грудня 2012 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/596-2008-п>

53. Про затвердження Порядку визначення середньоринкової вартості легкових автомобілів, мотоциклів, мопедів : Постанова Кабінету Міністрів України № 403 у редакції від 19 лютого 2016 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/403-2013-%D0%BF>

54. Про затвердження рекомендаційних переліків структурних підрозділів обласної, Київської та Севастопольської міської, районної, районної в м. Києві

та Севастополі державних адміністрацій : Постанова Кабінету Міністрів України № 606 у редакції від 22 березня 2016 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/606-2012-%D0%BF>

55. Про місцеве самоврядування в Україні : Закон України № 280/97 у редакції від 25 червня 2016 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/280/97%D0%B2%D1%80>

56. Про місцеві державні адміністрації : Закон України № 586-14 у редакції від 1 травня 2016 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/586-14>

57. Про перелік, кількісний склад і предмети відання комітетів Верховної Ради України восьмого скликання : Постанова Верховної Ради України № 22-19 у редакції від 4 лютого 2015 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/22-19>

58. Про перелік, обсяги і порядок ввезення товарів, що використовуються для будівництва та виробничої діяльності підприємств з виробництва автомобілів і комплектуючих виробів до них і не оподатковуються під час ввезення їх на митну територію України : Постанова Кабінету Міністрів України № 737 у редакції від 5 червня 2007 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/737-2002%D0%BF>

59. Про стабілізацію роботи підприємств-виробників легкових автомобілів : Постанова Верховної Ради України № 303 у редакції від 13 липня 1995 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/303/95%D0%B2%D1%8027>

60. Про стабілізацію роботи підприємств-виробників легкових і вантажопасажирських автомобілів : Постанова Верховної Ради України № 461 у редакції від 24 листопада 1995 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/461/95-%D0%B2%D1%80>

61. Про схвалення Концепції Державної цільової економічної програми розвитку легкового автомобілебудування на період до 2020 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України № 25-р у редакції від 15 січня 2014

року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/go/25-2014-%D1%80>

62. Робинсон Дж. Экономическая теория несовершенной конкуренции: Пер. с англ. / Дж. Робинсон. – Москва: Прогресс, 1986. – 471 с.

63. Самуэльсон П. Э. Монополистическая конкуренция – революция в теории / П. Э. Самуэльсон // Вехи экономической мысли. Том 2. Теория фирмы / под общ. ред. В. М. Гальперина. – 1995. – С. 138–164.

64. Самуэльсон П. Э. Экономика / Пол Э. Самуэльсон, Вильям Д. Нордхаус / пер. с англ. : 16-е изд. : Уч. пос. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. – 688 с.

65. Сіденко В.К. Протекціонізм чи вільна торгівля / В.К. Сіденко // Політика і час. – 2012. – №11. – С. 40-46.

66. Старостенко Г.Г. Національна економіка: Навч. посібник / Г.Г. Старостенко, С.В. Онишко, Т.В. Поснова. - К.: Ліра-К, 2011. - 432 с.

67. Столяр Л.Г. Автомобільний ринок України: стан та перспективи розвитку / Л.Г. Столяр, С.С. Бучик // Економіка та управління національним господарством. – 2017. – Вип. 3 (67). – С. 61-71.

68. Угода про асоціацію між Україною та ЄС [Електронний ресурс]: анотація основних розділів Угоди / Міністерство закордонних справ України. – Режим доступу: <http://mfa.gov.ua/ua/aboutukraine/europeanintegration/ua-eu-association>

69. Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия / Ф. Хайек // Международная экономика и международные отношения. – 1989. – с. 6–14. 11.

70. Чистов С.М. Державне регулювання економіки: Навч. посібник / С.М. Чистов, А.Є. Никифоров, Т.Ф. Куценко та ін. - К.: КНЕУ, 2000. - 316 с.

71. Шевченко І. Ю. Механізм державного регулювання розвитку автомобілебудування та ринку продажу автомобілів в Україні / І. Ю. Шевченко // Бізнес Інформ. – 2016. – № 8. – С. 36-45. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2016_8_7

72. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия: пер. с нем. / й. Шумпетер. – Москва: Эксмо, 2007. – 864 с. – (антология экономической мысли).

73. Щодо затвердження Порядку визначення та затвердження обсягів увезення товарів (включаючи машинокомплекти) на митну територію України, складу машинокомплектів та технічних описів складових компонентів машинокомплектів, які використовуються для будівництва та виробничої діяльності підприємств з виробництва автомобілів і комплектуючих виробів до них : Наказ Міністерства промислової політики України № 307 у редакції від 1 червня 2007 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0570-07>

74. Bertrand, J. Book review of *theorie mathematique de la richesse sociale and of recherches sur les principes mathematiques de la theorie des richesses* // *Journal de Savants*. – 1883. – v.67. – P. 499–508.

75. Chamberlain E. *The Theory of Monopolistic Competition*. 1st ed. Cambridge 1933 / E. Chamberlain // Cambridge (Mass.). – 1962. – № 8.

76. ElectroCars все про електромобілі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.electrocars.ua

77. Robinson J. *The Economics of Imperfect Competition* (1933) / J. Robinson // Macmillan. – 1969. – № 2.

78. Joseph E. Stiglitz. *Economics* / Joseph E. Stiglitz. – Stanford University, 1996.