Тернопільський національний економічний університет

Кафедра економічної теорії

Міждисциплінарна курсова робота

з дисципліни «Економічна теорія»

на тему:

«АНАЛІЗ СТАНУ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИНКУ АВТОМОБІЛІВ УКРАЇНИ»

Студента групи ФБС-22

Вересюка В. В.

Напряму підготовки
6.030508«Фінанси і кредит»

Керівник:

К.е.н.. ст. викладач Сліпченко Т.О

Національна шкала_____

Кількість балів_____

Оцінка ECTS_____

Члени комісії _____ _____

(Підпис) (Прізвище та ініціали)

_____ _____

(Підпис) (Прізвище та ініціали)

_____ _____

(Підпис) (Прізвище та ініціали)

Тернопіль – 2016 рік

ПЛАН

Вступ

Розділ 1. Закономірності та тенденції розвитку світового ринку автомобілів

Розділ 2. Аналіз функціонування національного автомобільного ринку

Розділ 3. Шляхи удосконалення державного регулювання автомобільного ринку України

Висновки

Список використаної літератури

ЗМІСТ

Вступ…… 3

Розділ 1. Закономірності та тенденції розвитку світового ринку автомобілів…… 5

Розділ 2. Аналіз функціонування національного автомобільного ринку..13

Розділ 3. Шляхи удосконалення державного регулювання автомобільного ринку України……21

Висновки…… 33

Список використаної літератури…… 35

ВСТУП

Реалії розвитку вітчизняної економіки характеризуються істотними структурними трансформаціями. Серед причин такої структуризації чільне місце займає формування повноцінних товарних ринків, до яких можна віднести і автомобільний. Цей ринок є одним із найбільш глобалізованих і таким, що швидко розвивається, характеризується жорсткою конкуренцією, яка зумовлена різними чинниками, зокрема, зростаючими надлишками виробничих потужностей автомобільної промисловості, збільшенням кількості країн, що організовують власне виробництво автомобілів, формуванням міжнародних автомобільних альянсів. Саме тому першочерговими питаннями у цій сфері є створення сприятливих умов (законодавчих, політичних, інвестиційних тощо) для зростання обсягів виробництва та реалізації вітчизняних автомобілів, недопущення ухилення від оподаткування при ввезенні та реалізації транспортних засобів, здійснення ефективного державного регулювання автомобільного ринку, забезпечення реалізації економічних інтересів українських підприємств і держави загалом.

Питання державного регулювання автомобільного ринку знайшли відображення в працях О.В. Березовської, І.Г. Бережнюка С.Д. Герчаківського, О.П. Гребельника, В.А. Писарєва, П.В. Пашка, О.В. Рождєственського, М. М. Чечеля та інших українських науковців і практиків. Господарсько-правові аспекти функціонування автомобільного ринку досліджені в роботах А. В. Міщенко, Д. Прейгера. Водночас, огляд наукових напрацювань показав, що значне коло питань, які стосуються функціонування та регулювання українського ринку автомобілів висвітлені фрагментарно та потребують подальших досліджень.

Мета та завдання дослідження. Метою курсової роботи є дослідження стану і тенденцій розвитку автомобільного ринку України та розробка рекомендацій щодо напрямів його удосконалення за умов поглиблення євроінтеграційних процесів.

Відповідно до мети дослідження потребують вирішення такі завдання:

- з’ясувати закономірності та тенденції розвитку світового ринку автомобілів;
- здійснити аналіз функціонування національного автомобільного ринку;
- визначити шляхи удосконалення державного регулювання автомобільного ринку України.

Об’єктом дослідження є автомобільний ринок України.

Предмет дослідження – сукупність інструментів державного регулювання автомобільного ринку України.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань у процесі дослідження було використано такі методи: теоретичного аналізу – для з’ясування закономірностей розвитку автомобільного ринку; аналізу та синтезу – для виявлення тенденцій розвитку національного та світового ринків автомобілів; статистичні методи – для оцінки сучасного стану державного регулювання автомобільного ринку України; графічний метод – для відображення взаємозв’язку взаємозалежності окремих величин.

Інформаційну базукурсової роботи становлять фундаментальні положення сучасної економічної науки; наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених у сфері регулювання зовнішньоторговельних потоків; нормативно-правові акти України, міжнародні договори і угоди; статистичні та аналітичні матеріали Державної служби статистики України, Міністерства економічного розвитку і торгівлі України та ін.

Розділ 1.Закономірності та тенденції розвитку світового ринку автомобілів

Починаючи з середини XX століття автомобілебудування належить до провідних галузей промисловості зі все зростаючим ступенем монополізації. На сьогоднішній день автомобільна промисловість забезпечує майже 11% ВВП розвинутих країн світу, проте надто високий розвиток становить загрозу навколишньому середовищу, тому за темпами зростання виробництва й накопичення автопарку дуже гостро стоять питання нових технологій та альтернативних видів пального [3, с. 78].

Первісним елементом світового ринку автомобілів є внутрішній ринок, у межах якого забезпечується організація виробництва транспортних засобів, а також вільний рух трудового потенціалу та капіталу. Національний ринок поєднує внутрішню та зовнішню торгівлю цієї країни. Отож, світовий автомобільний ринок – це сукупність національних авторинків (транснаціональних корпорацій), поєднаних між собою всесвітніми господарськими зв'язками на підставі міжнародного поділу праці, спеціалізації, кооперування, інтеграції виробництва і збуту (рис. 1.1).

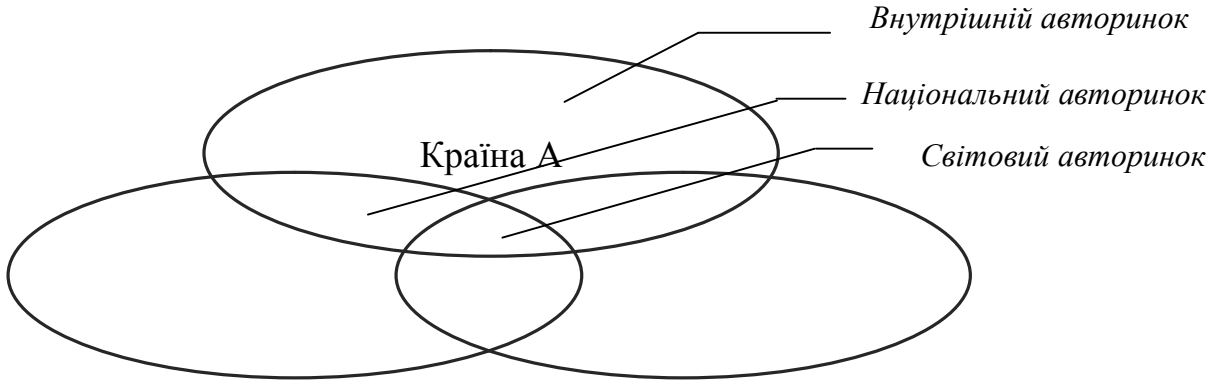

Рис. 1.1. Структуризація світового автомобільного ринку [6, с. 341]

Варто зазначити, що на даний момент світовий ринок автомобілів складається із трьох чітко сформованих районів концентрації: ринок Північної

Америки (США, Канада), Європейська зона (країни ЄС) та Азія, яка представлена такими країнами, як Китай, Індія, Японія та Південна Корея.

На світовий автомобільний ринок сьогодні здійснюють вплив наступні фактори [23, с. 201]:

- одним з основних джерел занепокоєння є охолодження ринків, що розпочалося у 2012 році;
- на автомобільних ринках індустріально розвинених європейських країн спостерігається млява реалізація, обумовлена кризою суверенного боргу;
- ланцюг постачання відчуває вплив зростання конкуренції за частку ринку між виробниками оригінального устаткування. Для багатьох міжнародних виробників оригінального обладнання основними ринками є країни з ринковою економікою, в першу чергу КНР. У зв'язку з цим виробники оригінального устаткування стикаються з викликами, пов'язаними не тільки із збереженням частки на вітчизняному ринку, але і забезпеченням зростання на ринках, що розвиваються. Постачальники відчувають зростання конкуренції в операційній і фінансовій сферах;
- часткове, однак неповне відновлення міжнародної автомобільної промисловості після двох природних катастроф: землетрусу в Японії і повені в Таїланді, що стали причиною значного скорочення виробництва автомобілів і запчастин у попередні періоди. Зазначені катастрофи призвели до скорочення запасів, але відкрили перед компаніями унікальну можливість оцінити розміщення виробничих потужностей і впровадити процеси реагування на можливі порушення постачань у майбутньому;
- проблемою для постачальників є невизначеність цін на сировину [1].

Протягом усієї історії становлення автомобільної галузі було дуже багато спадів та підйомів у розвитку як технологічних аспектів побудови самого автомобіля, так і кількісного накопичування транспортного парку. Рішучим фактором був і залишається сьогодні економічний стан країн та світової

економіки у цілому. Порівнявши хронологію світових економічних криз і темпів випуску автомобілів можна побачити досить чіткий взаємозв'язок.

Основні світові масштабні фінансові кризи відбувалися у 1997 році (азіатська криза), у 2001 році (аргентинська криза) та у 2008-2009 рр. (світова фінансова криза). Спади світового виробництва автомобілів спостерігалися саме у ці періоди [3, с. 78].

Зміни у світовому автомобілебудуванні активно відбувалися й щодо країн-лідерів з виробництва автотранспорту. Якщо наприкінці XX ст. великі американські концерни складали трійку лідерів (GeneralMotors, Ford, Chrysler) то на початку XXI ст. їх позиції на світовому ринку вперше були потіснені японськими автомобільними підприємствами, представленими компаніями Toyota, Nissan, Honda, Mitsubishi. Також активно почали розвиватися і європейські автовиробники, серед яких основними світовими конкурентами стали концерни VolkswagenGroup, Daimler, BMW, Renault, PSAPeugeotCitroen, FIAT.

Остання фінансова криза внесла свої корективи у розподіл ринку виробництва автотранспортних засобів. Так, безперечними лідерами на сьогодні залишаються концерни GeneralMotors (США), Toyota (Японія), VolkswagenGroup (Німеччина), однак спостерігається тенденція зростання активності компаній Південної Кореї та інших азіатських країн. Слід також зазначити, що найбільшими темпами у першому десятиріччі відбувається розвиток автомобілебудування Китаю, завдяки лідируючому положенні у залученні іноземного капіталу, активної антикризової податкової політики й кредитної підтримки держави. Таким чином, при збереженні таких темпів розвитку, у перспективі саме Китай може стати лідером автомобільної промисловості, випереджаючи американські, японські та європейські компанії (табл. 1.1) [3, с. 79].

Як видно з табл. 1.1, у країнах ЄС та Японії спостерігається тенденція збереження обсягів виробництва Автомобілів у 2000-2005 рр. та поступовий спад за наслідками фінансової кризи 2008-2009 рр. Більш значний спад автомобільної промисловості відбувся у країнах НАФТА (США, Канада,

Мексика). Країни БРІК, навпаки, демонструють активне зростання виробництва автотранспортних засобів (з 8,4 % у 2000 р. до 33,5 % у 2012 р.).

Таблиця 1.1

Виробництво легкових автомобілів за країнами (об'єднаннями країн), %[3, с. 80]

Країна (об'єднання країн)	2000 р.	2005 р.	2012 р.
ЄС	35,9	34,1	25,8
НАФТА	20,3	14,2	8,7
БРІК	8,4	15,8	33,5
Японія	20,3	19,2	14,2
Південна Корея	6,3	7,2	7,6
Інші	8,8	9,5	10,2

Більш детальний аналіз динаміки світового автомобільного ринку можна здійснити на основі статистичних даних, зібраних Компанією «OICA» [25]. Під аналіз підпадало 40 країн, в яких присутнє автомобільне виробництво.

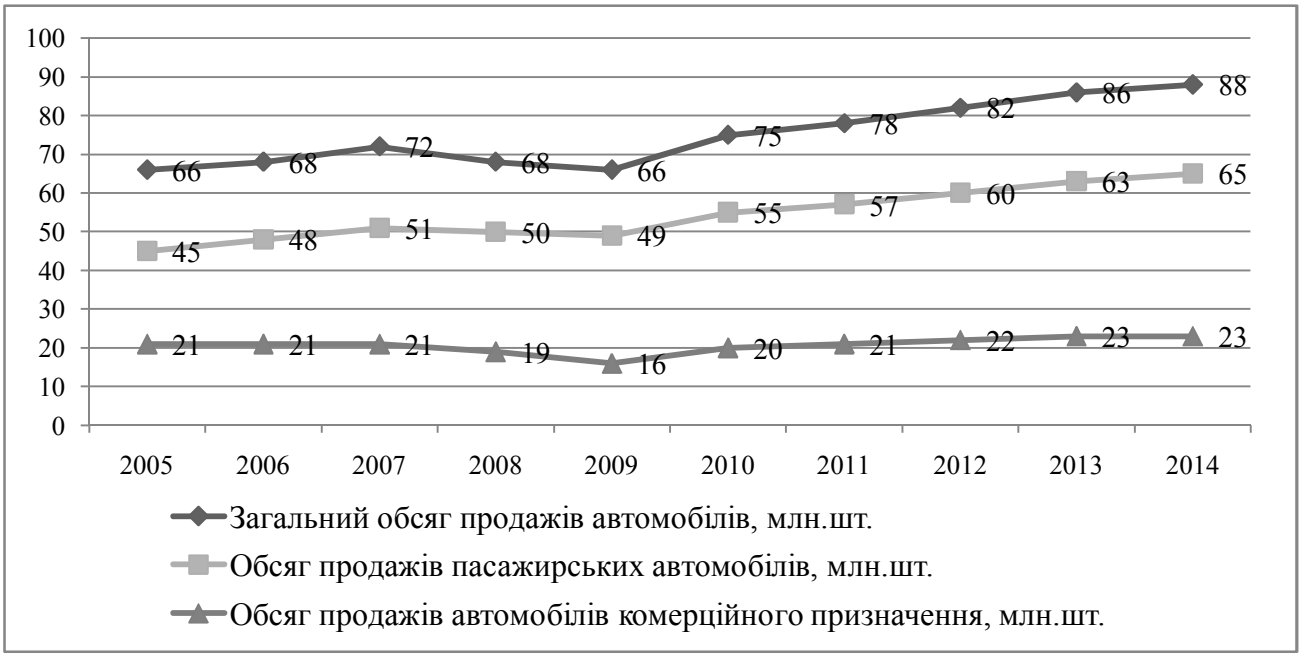

Рис. 1.2. Динаміка світового ринку автомобілів у 2005-2014 рр.[1]

[1]Складено за [25]

Виробництво держав порівнювалось у натуральних одиницях за останні десять років, відповідно перше місце посідали ті держави, які виробляли

найбільше автомобілів. Динаміка позицій у рейтингу свідчить про зміну економічної ситуації держави, тобто про зміщення «економічних центрів».

Як свідчать дані рисунку 1.2 світовий автомобільний ринок протягом 2005-2014 рр. характеризувався позитивною динамікою, окрім кризового 2009 року, в якому загальний обсяг реалізації автомобілів скоротився приблизно на 3 % відносно попереднього року. Загалом, впродовж 2005-2014 рр. зростання автомобільного ринку становило 22 млн. од. або 25 %. Варто також відзначити, що більш динамічно розвивається ринок пасажирських, аніж комерційних автомобілів. Так, перший протягом посткризового періоду (2010-2014 рр.) зріс у 1,2 рази, тоді як другий – в 1,15 рази.

На рис. 1.3 для порівняння зображено динаміку обсягів продаж автомобілів країн – найпотужніших виробників та імпортерів у даній галузі.

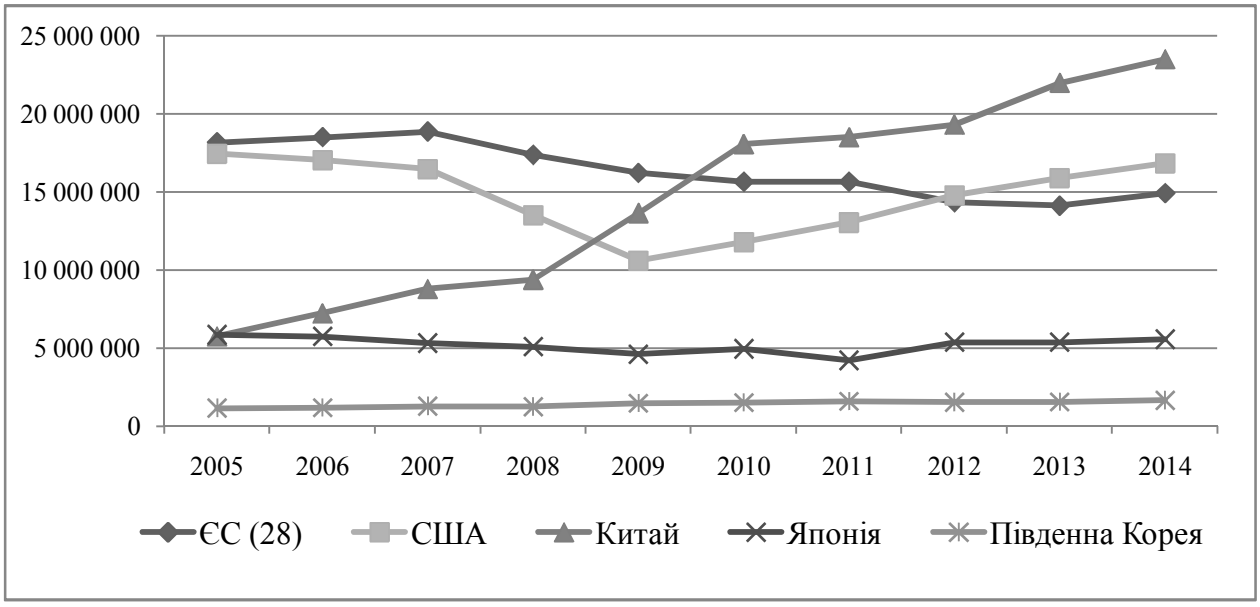

Рис. 1.3. Динаміка обсягів реалізації автомобілів провідними світовими виробниками у 2005-2014 рр., од.[1]

[1]Складено за [25]

За даними рисунку 1.3 можна стверджувати, що найбільш динамічними темпами розвивається автомобільний ринок Китаю. У 2014 році частка китайських виробників автомобілів склала 26,6 % світового ринку. Темпи приросту даного ринку у 2005-2012 рр. становили приблизно 308 %. На другому місці за обсягами продажу нових автомобілів знаходяться США – у

2014 році їх частка у даному ринку становила 19 %. Темпи приросту обсягів продаж у 2014 році відносно 2009 року становили 1,6 рази. Разом з тим, обсяги продажу нових автомобілів виробниками США у 2014 році не досягли рівня 2005 року, що пов'язано із масштабним обвалом ринку у 2009 році. Суттєву частку у світовому автомобільному ринку займає Японія (6,3%), однак абсолютні показники діяльності ринку протягом 2005-2014 рр. залишаються статичними. Обсяги реалізації японських автомобілів впродовж досліджуваного періоду коливалися в межах 4-5 млн. од.

Обсяг реалізації нових автомобілів країнами ЄС у 2014 році становив 14,9 млн. од., що становить 16,88 % від загальносвітового обороту. Щодо динаміки реалізації автомобілів країнами ЄС (28), то вона була негативною. Темпи спаду аналізованого показника у 2005-2014 рр. склали 21,8 %. Серед країн ЄС найбільшу частку ринку автомобільної продукції займають Франція, Німеччина, Італія, Іспанія та Великобританія (рис. 1.4).

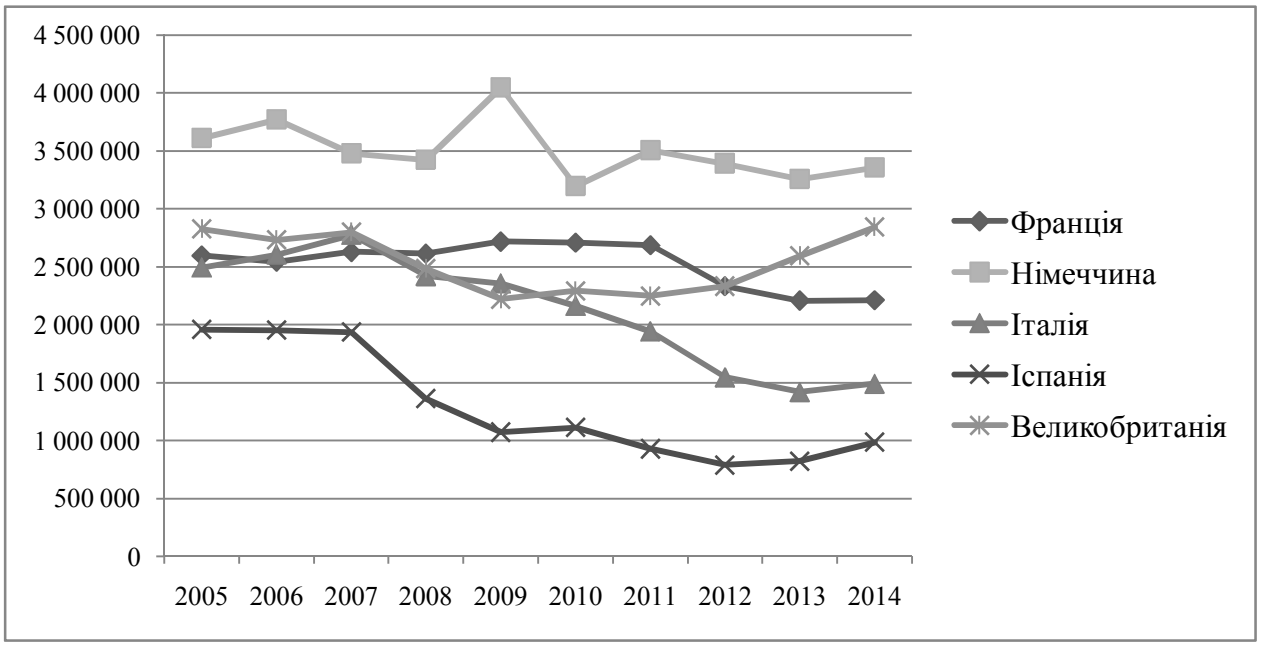

Рис. 1.4. Динаміка обсягів реалізації автомобілів окремими країнами ЄС у 2005-2014 рр., од.[1]

[1]Складено за [25]

Серед країн ЄС найбільшу частку у світовому автомобільному ринку займає Німеччина (3,8 % або 3,356 млн. од. у 2014 році). Однак обсяги

реалізованих німецьких автомобілів у 2005-2014 рр. не мали стійкої динаміки ні до зростання, ні до спаду. Серед відображених на рис. 1.4 країн, лише абсолютний показник реалізації нових автомобілів виробниками Великобританії носив стійку позитивну динаміку та досяг у 2014 році 2,83 млн. од.

Частка України у світовому авторинку складає 0,1 % у 2014 році. Крім того, констатуємо негативну динаміку обсягів продаж нових українських автомобілів – якщо у 2010 році даний показник становив 232,9 тис. од. то у 2014 році зменшився до 105,9 тис. од., тобто у 2,2 рази (рис. 1.5). Досить значними перепадами характеризується аналізований показник у Росії. Так, у 2008 році обсяги продаж російських авто на світовому ринку зросли у порівнянні із 2005 роком у 1,8 рази, а вже у наступному 2009 році – скоротилися приблизно у 2 рази. Протягом 2010-2012 рр. простежувалося суттєве зростання – з 2,1 млн. од. до 3,1 млн. од., а з 2012 року знову почався спад обсягів реалізації автомобілів російського виробництва на світовому ринку (2,5 млн. од. у 2014 році).

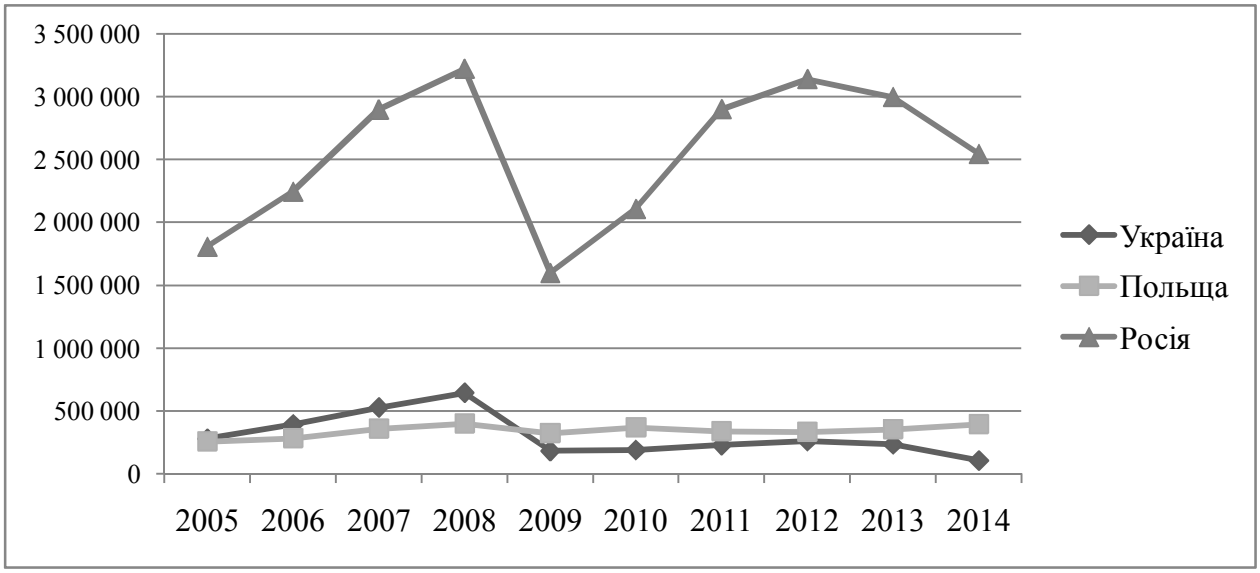

Рис. 1.5. Динаміка обсягів реалізації автомобілів виробниками Росії, Польщі та України у 2005-2014 рр., од.[1]

[1]Складено за [25]

Отже, підсумовуючи здійснений вище аналіз тенденцій розвитку світового автомобільного ринку варто зазначити, що з 2009 р. кризові явища

негативно вплинули на всесвітній розвиток галузі, що зумовило скорочення виробництва до показників 2003 р. Лідерські позиції на світовому ринку втрачає Франція та Японія, які попередні десятиліття очолювали рейтинг виробників легкових авто. У цьому аналізі слід враховувати перерозподіл виробничих потужностей великих корпорацій, які націлені на економію витрат, зокрема трудових, логістичних тощо. Тому, крім градації держав за натуральними одиницями, слід враховувати і показники, що свідчать про структуру споживання цієї продукції, зокрема, насиченість внутрішнього ринку, попит зовнішніх ринків, а точніше, показники експортно-імпортних відносин [11; 16].

За результатами проведеного дослідження можна констатувати, що за останнє десятиріччя автомобільна промисловість стала однією із провідних галузей світової економіки. Наслідки глобальної фінансової кризи призвели до значного спаду виробництва автотранспортних засобів, сповільнення темпів його зростання та зміни у розподілі ринків між підприємствами виробниками.

На сьогодні основне виробництво автомобілів зосереджено у декількох великих концернів, материнські компанії яких знаходяться у США, Німеччині, Японії, Південної Кореї та Росії. Найвищі темпи розвитку спостерігаються щодо автомобілебудування Китаю, завдяки його лідируючому положенню у залученні іноземного капіталу, ефективної податкової політики й кредитної підтримки держави.

Основною проблемою, що потребує нагального вирішення є пошук шляхів стимулювання виробництва екологічного автомобільного транспорту.

Розділ 2. Аналіз функціонування національного автомобільного ринку

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 [14], а саме:

1) регулювання (через механізм ринкових законів встановлює необхідні пропорції відтворення; завдяки цінам авторинок 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.

Здійснимо аналіз основних показників функціонування вітчизняного автомобільного ринку протягом 2012-2014 рр. Так, за інформацією асоціації «Укравтопром», виробництво автомобілів в Україні за період січень-липень 2013 року впало на 50 % порівняно з показником 2012 року (табл. 2.1). Виробництво легкових автомобілів у 2013 році скоротилося на 50 % (21353 штук), комерційних авто − на 56,2 % (875 штук), а автобусів − на 40,7 % (1083 штук). У червні 2013 року вітчизняні автовиробники випустили 5055 автотранспортних засобів, що на 11 % більше аніж червневий показник, і на 24,5 % менше за аналогічний період минулого року. У липні виробництво легкових авто становило 4607 одиниць, що перевищило червневий показник на 9,7%, але це на 25,1 % менше за показник липня 2012 року [23, с. 201]. Продажі нових легкових автомобілів в Україні за підсумками 2014 склали 94,5тисяч одиниць, що в 2,2 разу менше, ніж в 2013 році.

Варто також відзначити тенденцію до зростання частки ринку бувших у використанні (б/в) автомобілів у 2014 році. Якщо у березні вона становила 8,7%, у квітні – 11,3%, у травні –30,9%, то в червні, майже половину ринку – 49,5 відсотків. Посприяло цьому скасування екологічного податку, що

стримував потік старих автомобілів з-за кордону. Відповідний закон, прийнятий 8 квітня 2014 року, набув чинності 18 квітня 2014 року.

Таблиця 2.1

Роздрібний товарооборот автомобілів в Україні у 2012-2014 рр.[1]

Рік	Роздрібний товарооборот			Продано товарів, які вироблено на території України через торгову мережу		Індекс фізичного обсягу роздрібного товарообороту, %
	Тис. грн.	Частка у структурі роздрібного товарообороту, %	На одну особу, грн.	Тис. грн.	У % до відповідної товарної групи торгової мережі	
2012 (9 місяців)	23944553,9	8,2	524,7	3012849,4	12,6	133
2013 (9 місяців)	27561212,3	8,8	605	2574237,3	9,3	115,2
2014 (9 місяців)	17509071,3	5,6	406,5	1761037,5	10,1	52,6

[1]Складено автором за: [15]

У сегменті бувших у користуванні комерційних автомобілів, враховуючи, що це не підакцизний товар, спостерігається найбільша кількість первинних реєстрацій – за червень 2014 року вона склала 6 тис. 256 одиниць, що в 2,5 рази перевищило показник травня (2 543 од.). Частка б/в техніки у травні склала 87%, у червні – 94% від загального обсягу продажів. У червні 2014 року марками-лідерами були Renault (1 525 шт.), Volkswagen (1 160 шт.), Mercedes-Benz (792 шт.), Opel (636 шт.), Fiat (587 шт.). Переважну кількість б/в комерційних автомобілів складають малотоннажні фургони [18].

Первинний ринок б/в легкових автомобілів у червні 2014 року зріс відносно травня вдвічі і склав 379 одиниць. Лідером у продажах б/в легкових автомобілів є Renault – було зареєстровано 70 автомобілів цієї марки за червень. Первинні реєстрації б/в автобусів у червні 2014 р. склали 53 одиниці, що на 83% більше травневого результату, коли їх було 29. Найбільш популярними є б/в автобуси марки Mercedes-Benz (25 од. за червень 2014 р.).

Враховуючи загальне зниження споживчої активності, а також наявність до 18 квітня таких стримуючих факторів як екологічний податок і акциз на

переобладнані автомобілі, обсяг первинного ринку б/в автомобілів за підсумками першого півріччя 2014 року скоротився на 76%, склавши 14 тис. 864 одиниці. У тому числі комерційних автомобілів було зареєстровано 12 тис. 927 од. (-78%), легкових автомобілів – 1656 од. (-59%), автобусів – 281 од. (-71%) [18].

Констатуємо, що внутрішній автомобільний ринок України є незаповненим і навіть ненасиченим, тому має певний запас місткості. У табл. 2.2 наведено дані Світового Банку, які характеризують кількість автомобілів на 1000 осіб населення в Україні та за кордоном [20].

Таблиця 2.2

Кількість автомобілів на 1000 осіб населення [20]

№ п/п	Назва країни	авто/1000 осіб
1	Україна	148
2	Росія	233
3	Білорусія	274
4	Угорщина	298
5	Польща	451
6	Ліхтенштейн	750

Отже, за кількістю вироблених легкових автомобілів на 1000 жителів Україна поступається як розвинутим країнам, так і країнам, що розвиваються. Частка українського легкового автомобілебудування в структурі реалізації промислової продукції є незмірно низькою – 0,8 %, в створенні національного внутрішнього валового продукту – менше 0,4 %. В галузі працює лише 18,4 тис. працівників, або менше 0,1 % всіх працюючих в Україні [17].

Відносно низький показник насиченості ринку автомобілями можна пояснити низьким рівнем платоспроможності споживачів. Специфіка автомобільного ринку України полягає ще й у вагомості вторинного ринку авто, як привезених з-за кордону, так і перепроданих в Україні. Це чинить, безумовно, негативний вплив на реалізацію продукції українських автомобілебудівних підприємств, що призводить до зменшення доходів,

державних відрахувань, заробітних плат працівників та скорочення робочих місць на підприємствах-виробниках.

Одночасно зі зменшенням обсягів виробництва продукції вітчизняними автовиробниками протягом аналізованого періоду, автомобільний ринок України характеризується значним зростанням обсягу імпорту. Україна в серпні 2013 року в порівнянні з серпнем 2012 року збільшила імпорт автомобілів майже в два рази – до 47 тисяч штук. Найбільшу частку склав імпорт легкових автомобілів – 24,2 тисяч штук. Крім того, в серпні було імпортовано в два рази більше вантажівок в порівнянні з аналогічним періодом 2012 року – 19 тисяч штук. Загалом за період червень-серпень 2013 року Україною було імпортовано більше 100 тисяч автомобілів на загальну суму 1,2 млрд. дол. [23, с. 202]. Варто також зауважити, що з 2003 по 2014 рр. середній показник переважання імпорту над експортом становить 7,2 рази, тобто на 600 % попиту ринку вітчизняні виробники не можуть задовольнити. Так, у 2014 роціобсягекспорту наземного транспорту склав 293,07 млн. дол. США, а імпорту – 2450,8 млн. дол. США (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Обсяги експорту та імпорту наземних транспортних засобів (окрім залізничних) у 2009-2014 рр.[1]

Роки	Експорт			Імпорт		
	тис.дол. США	у % до попереднього року	у % до загального обсягу	тис.дол. США	у % до попередн-нього року	у % до загального обсягу
2009	381397,6	30,7	1	1963199,8	17,3	4,3
2010	540571,8	141,7	1,1	3320612,3	169,1	5,5
2011	633449,9	117,2	0,9	5443521,3	163,9	6,6
2012	585450,4	92,4	0,9	5948616,4	109,3	7
2013	375590,7	64,2	0,6	5443974,3	91,5	7,1
2014	293073,6	78,2	0,5	2450829,9	45,3	4,5

[1] Складено автором за [15]

Основними імпортерами автомобілів є постачальники з розвинених країн (32,1 %). Вітчизняний автопром не має власних моделей легкових

автомобілів, тому перспективи його розвитку слід розглядати в контексті України, як виробничого майданчика для глобальних автомобільних концернів. В цьому аспекті, основними конкурентами України є Росія, Китай, Туреччина, Румунія, Узбекистан (сукупна частка на ринку 26,5 %). Зокрема, Росія активно збільшує присутність на ринку (частка зросла протягом останніх років з 11% до 15%) [23, с. 202].

Порівнюючи динаміку показників виробництва, експорту та імпорту авто та динаміку обсягів реалізації, зрозумілим є явище взаємозв'язку. Так, за умови зростання платоспроможності споживачів у структурі продажів легкових автомобілів досі переважали автомобілі іноземного виробництва, адже клієнт починає орієнтуватися на купівлю більш престижних авто, тому вітчизняні автомобілі залишаються у нижньому ціновому сегменті.

Більшість учених погоджуються з тим, що автомобілебудівна галузь має бути стратегічно пріоритетною у розбудові економіки. «Пострадянський» спадок незалежній Україні налічував п'ять заводів, але лише Запорізький автомобільний завод до сьогодні виготовляє легкові автомобілі. Виробництво легкових автомобілів започатковано і на Кременчуцькому заводі. Крім того, на Луцькому автомобільному заводі у різний час відбувалось складання легкових авто, хоча завод з дня свого заснування спеціалізувався на виробництві автобусів. Найпотужнішими виробниками легкових автомобілів сьогодні є Черкаський автомобільний завод, завод «Єврокар», КрАЗ та Запорізький автомобільний завод. Усі виробники легкових автомобілів є залежними від постачальників комплектуючих, тому їх можна класифікувати за способом виробництва автомобілів. Існують дрібновузловий та крупновузловий види складання, що відповідно означає складання автомобіля із дрібних елементів запчастин та великих складових агрегатів авто. Обидва види складання використовують на таких заводах, як ЗАТ «ЗАЗ», ЗАТ «Єврокар», ВАТ «ЛуАЗ», ВАТ «ЧАЗ «Богдан», лише на великовузловому складанні спеціалізується КрАЗ. Усі вищезазначені заводи належать до трьох корпорацій (табл. 2.4) [24].

У цій таблиці показано підприємства, які мають виробничі потужності в Україні, але на автомобільному ринку функціонують й інші імпортери іномарок: Торговельний Дім «Ніко» імпортер Mitsubishi; компанія «Winner» – імпортер RangeRover, Ford, Jaguar, Volvo, Porshe; компанія «Porshe Ukraine» – офіційний імпортер AUDI, Volkswagen, Seat. Окремо просування своїх авто займається BMW Group [24, с. 103].

Усі корпорації, які інвестували кошти у виробництво автомобілів в Україні, зробили це з метою зменшення митних відрахувань за ввезення автомобілів в Україну, що дало змогу заощадити 10-15 %, але, як показує ціновий аналіз продукції, більшість виробників скористались цією економією на власний розсуд, що уможливило збільшити їхню прибуткову маржу. Кінцева споживча ціна на авто, які складаються в Україні, зменшилась усього на 3-4 %.

Таблиця 2.4

Основні виробники та імпортери, які продають легкові авто іноземного виробництва в Україні станом на 1 січня 2013 р. [24, с. 103**]**

	Назва корпорації	Завод	Марки, що виробляються	Офіційне посередництво
1	Корпорація УкрАвто	ЗАТ«Запорізький автомобільний завод»	ZAZ, KIA, UZ Daewoo, Chevrolet, Chery, Chance, KIA (з 2000 року - Mersedes, Opel)	Maseratti, Chraisler, Jeep, Mersedes, Smart, Opel, Chevrolet, Cadillac, Renault, Toyota, Nissan
2	Корпорація «Богдан»	Черкаський автомобільний завод «Богдан»	Богдан, Hyundai, Subaru, Lada, Great Wall, Lifan	Hyundai, Subaru, LADA, Great Wall, Lifan, Bogdan.
3	Група компаній «АІС»	Холдингова компанія «АвтоКрАз»	Geely, Great Wall, SsangYong	Audi, Citroen, MG, Renault; Geely, SsangYong, Hyundai, Chevrolet, Cadillac, УАЗ, Chevrolet Niva
4	Корпорація «Єврокар»	ПрАТ «Єврокар»	Skoda (у 2000 р. складалися Seat, Audi).	Skoda

Підсумовуючи усе вищесказане, зазначимо, що за умов збільшення розриву між кількісними показниками експорту та імпорту легкових автомобілів конкурентоспроможність вітчизняних авто зменшується. Тому для розвитку автомобілебудівної галузі України можливі два шляхи: розширення модельного ряду на виробництві із залученням більш престижних марок та моделей; зміна позиціонування авто вже існуючого модельного ряду. Перший варіант потребує вагомих інвестицій, залучення нових постачальників, укладання договорів з новими іноземними автовиробниками, що є неможливим за умов зниження ліквідності активів вітчизняних автомобілебудівних підприємств. Тому необхідно акцентувати увагу на бюджетних стратегічних рішеннях, тобто зміні позиціонування наявної продукції вітчизняних автомобільних виробників, але ця концепція потребує проведення глибшого аналізу конкурентоспроможності продукції автомобілебудівних підприємств.

Позитивним моментом є те, що в Україні останнім часом активізується участь держави в напрямку захисту національного автовиробника, обмеження імпорту та стимулювання збуту вітчизняної продукції. В цьому напрямку розроблено Програму розвитку легкового автомобілебудування України на період до 2020 року, яка дозволить створити в Україні конкурентоздатне виробництво легкових автомобілів та прогнозовано забезпечить збільшення випуску автомобілів до 734,4 тис. шт., а також зростання надходжень до державного бюджету і в пенсійний фонд до 24,8 млрд. грн. в 2020 році [17].

Розділ 3. Шляхи удосконалення державного регулювання автомобільного ринку України

Автомобільна галузь є вкрай важливим сегментом економіки України, оскільки виробництво транспортних засобів забезпечує високий показник доданої вартості (понад 70 %), формує попит на товари і послуги підприємств суміжних галузей (виробництво металопрокату, автоскла, пластмас, автохімії тощо) та стимулює науково-дослідну діяльність. Створення одного робочого місця на підприємствах автомобілебудівної галузі спричиняє створення щонайменше шести робочих місць у суміжних галузях [19].

На сьогодні внесок вітчизняного автомобілебудування до національної економіки залишається несуттєвим. Зокрема, у 2014 році частка галузі в промисловому виробництві становила менш як один відсоток, у створенні національного валового внутрішнього продукту – менш як 0,4 відсотка. У наповненні вітчизняного ринку легкових автомобілів переважає імпорт, частка якого постійно зростає (протягом 2006-2014 років зросла з 44 до 80 відсотків) [15].

Основними причинами незадовільного становища розвитку автомобільної галузі та низької конкурентоспроможності національного виробника є:

- несприятливе порівняно з іншими країнами нормативно-правове регулювання;
- недостатня підтримка галузі з боку держави;
- використання вітчизняними підприємствами більш дорогих фінансових ресурсів порівняно з іноземними підприємствами;
- незначні обсяги та рівень локалізації виробництва автомобілів в Україні;
- відсутність доступу до сучасних технологій.

Зважаючи на вищезазначене особливої актуальності набуває активізація механізмів регулювання автомобільного ринку. Важливе значення відводиться інструментарію тарифного і нетарифного регулювання імпорту та експорту

транспортних засобів в контексті посилення захисту національного виробника, оптимізації структури вітчизняного ринку автомобілів та стимулювання їх експорту.

Для вирішення вищезазначених проблем урядом була розроблена та затверджена програма розвитку легкового автомобілебудування на період до 2020 року. У рамках виконання Програми планується здійснювати [19]:

- проведення ефективної митно-тарифної політики з метою захисту інтересів вітчизняного виробника та створення умов для удосконалення технологій, які застосовуються у виробництві автомобільної техніки;
- поліпшення нормативно-правового регулювання та інвестиційного середовища, всебічне сприяння залученню передових технологій у розвиток автомобілебудівної галузі, стимулювання автовиробників до реінвестування прибутку в розвиток власного виробництва;
- удосконалення системи стандартизації та сертифікації в автомобілебудівній галузі (імплементація міжнародних стандартів (ISO) та європейських норм (EN) у національну систему стандартизації, введення сучасних екологічних стандартів);
- сприяння розвитку лізингу в галузі виробництва і реалізації автомобільної техніки;
- удосконалення нормативно-правових актів з питань утилізації автотранспортних засобів;
- сприяння підготовці висококваліфікованих кадрів для автомобілебудівної галузі;
- створення національного науково-дослідного випробувального центру перспективних технологій автомобільної техніки на базі нотифікованої ООН технічної служби України.

В рамках програми розглядається три можливі стратегії розвитку автомобільного ринку України (рис. 3.1). Перша стратегія не потребує значних капіталовкладень та передбачає подальше стимулювання крупно вузлового складання іноземних марок з імпортованих комплектувальних виробів. Такий

напрямок розвитку автомобільного ринку не призведе до суттєвих структурних змін економіки України та не стимулюватиме розвитку національного товаровиробника. До позитивних результатів стратегії належать: можливість створення додаткових робочих місць та зростання надходжень митних платежів до державного бюджету від імпорту комплектуючих.

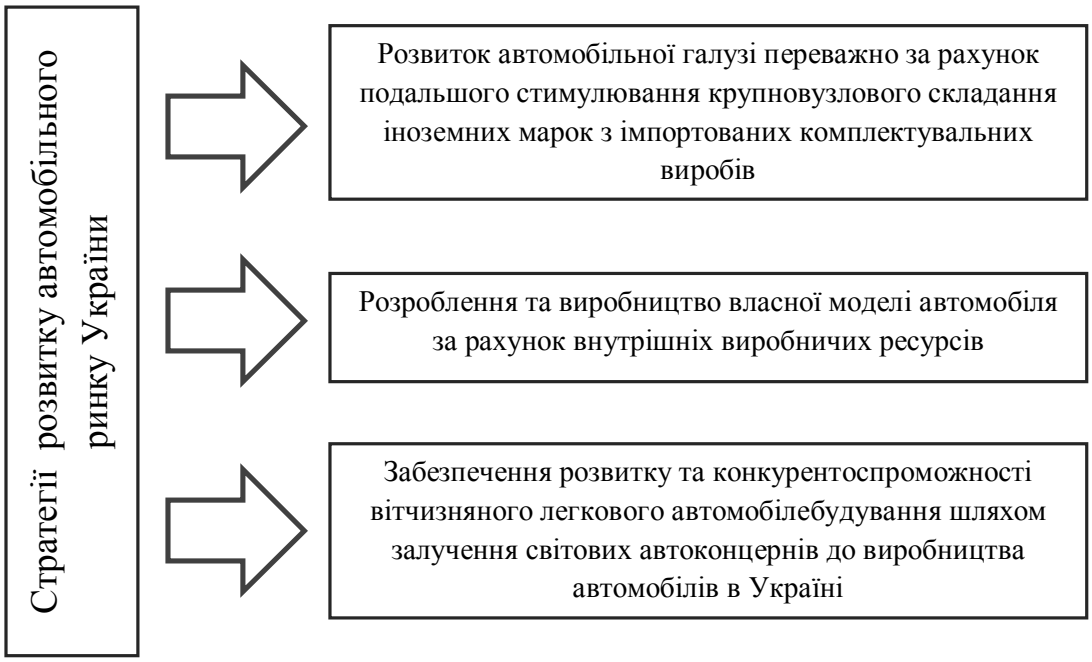

Рис. 3.1. Варіанти стратегії розвитку автомобільного ринку України запропоновані у Концепції Державної цільової економічної програми розвитку легкового автомобілебудування на період до 2020 року[1]

[1] Складено автором за [19]

Друга стратегія, яка передбачає розроблення та виробництво власної моделі автомобіля, виглядає найбільш привабливо, однак в умовах економічної та політичної кризи є нездійсненною.Враховуючи недостатній рівень розвитку науково-технічної та матеріальної бази, втілення даного варіанту передбачатиме необхідність прямого фінансування за рахунок державного бюджету в обсязі близько 35 млрд. гривень [19].

Найбільш перспективною та оптимальною, на наш погляд, є третя стратегія, в межах якої передбачається 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. Це дасть змогу створити нові та завантажити наявні робочі місця не тільки на підприємствах автомобілебудівної галузі, а і суміжних галузей. За рахунок цього забезпечуватиметься реалізація промислової політики у галузі, що ґрунтується на сильних позиціях України як «виробничої площадки», а саме: зручній логістиці, наявності трудових ресурсів, базової інфраструктури та внутрішнього ринку збуту.

Реалізація зазначеного потребує подальшого розвитку та удосконалення інструментарію регулювання переміщення товарів через митний кордон держави та наближення вітчизняного митного законодавства до європейських та світових стандартів.

Втілення в життя стратегії розвитку автомобільного ринку України передбачатиме розширення та поглиблення виробничих зв’язків вітчизняних товаровиробників із міжнародними автоконцернами і, як наслідок – суттєве зростання обсягів зовнішніх торговельних потоків. За таких умов, до пріоритетних завдань митних органів належить ефективний контроль митної вартості товарів з метою забезпечення повного і своєчасного надходження до бюджету належних сум митних платежів, а також захисту економічних інтересів вітчизняних виробників від недостовірного декларування митної вартості імпортованих товарів. Проблема недостовірного декларування митної вартості товарів в Україні являє за своїми масштабами загрозу економічної безпеки країни.

Формування засад державної зовнішньоекономічної політики та її практичного втілення в життя є об’єктивною необхідністю входження України у світове співтовариство як рівноправного суб’єкта міжнародних економічних відносин. Боротьба із заниженням митної вартості – це не тільки фіскальна функція митних органів, вона пов’язана з необхідністю розв’язання ще однієї проблеми: забезпечення ефективності роботи митних тарифів. Адже у разі

введення тих чи інших ставок імпортного тарифу на деякі ввезені товари розглядаються різні чинники, в тому числі баланс ринку між внутрішнім виробництвом і наповненням його імпортними товарами. А оскільки експерти під час розробки економічних розрахунків спираються на реальну вартість товарів, то у випадку, якщо вартість занижується, встановлений тарифний захід не працює, а отже, не вирішується проблема балансу.

Нині основу системи митної оцінки, найбільш поширеної в міжнародній практиці і прийнятої всіма країнами – членами Світової організації торгівлі (СОТ), становить Угода про застосування статті VII Генеральної угоди з тарифів і торгівлі (далі ГАТТ,1994 р.). У тексті ГАТТ (ч. 2 ст. 7) визначено: «Оцінка імпортованого товару для митних цілей повинна базуватися на дійсній вартості ввезеного товару, який обкладається митом, або аналогічного товару і не повинна базуватися на вартості товару національного походження чи на довільній і фіктивних оцінках». Отже, проблема оцінювання товарів для митних цілей стала одним з важливих напрямків багатосторонніх торгових переговорів [5].

Під час прийняття рішень щодо визначення митної вартості особливо гостро стикаються інтереси учасників зовнішньоекономічної діяльності, з одного боку, та співробітників органів доходів і зборів – з іншого. Перші прагнуть до заниження митної вартості, що дає їм можливість отримувати додаткові прибутки та цінові переваги над конкурентами, а другі покликані контролювати рівень митної вартості з метою недопущення порушень порядку митного оформлення та для забезпечення повноти стягнення платежів до державного бюджету. Саме тому митна вартість є однією з найважливіших проблем у митній справі та управлінні нею.

Згідно зі ст. 57 Митного кодексу України визначення митної вартості товарів, які імпортуються в Україну, може здійснюватися з використанням 6 методів. Основним є метод визначення митної вартості товарів за ціною договору щодо товарів, які імпортуються (вартість операції). У разі неможливості визначення митної вартості товарів, які імпортуються в Україну, за основу може братися ціна, за якою оцінювані ідентичні або подібні

(аналогічні) товари були продані в Україні не пов’язаному з продавцем покупцеві. При цьому кожний наступний метод застосовується, якщо митна вартість товарів не може бути визначена шляхом застосування попереднього методу.

Проте на практиці митними органами не виконується послідовний перехід від одного методу визначення митної вартості до іншого. Відповідно Верховний Суд України 14 травня 2013 р. (справа № 21-130а13), відмовляючи Східній митниці у задоволенні заяви про перегляд судового рішення касаційної інстанції, вказав, що при визначенні митної вартості товару за шостим (резервним) методом, митний орган відповідно до вимог ст. 57 Митного кодексу України повинен мотивувати у рішенні про визначення митної вартості товару причини неможливості застосування послідовно попередніх п’яти методів [22, с. 152].

Слід зазначити, що нинішня ситуація імпорту автомобілів не сприяє активізації наповнення бюджету, а навпаки, має зворотний ефект. Це призводить до низки негативних економічних, соціальних та інших наслідків, які впливають як на загальнодержавному рівні, так і на рівні окремих підприємств.

Щодо проблем, які виникають на загальнодержавному рівні:

1) Відмова підприємств від подальших поставок товару або зменшення обсягів імпортованої продукції. Наслідки – зменшення сум сплачених податків (втрати бюджету) та зменшення обсягів виробництва, а отже, скорочення робочих місць.

2) Підвищення вартості імпортованої продукції та роздрібної ціни. Наслідок – зниження конкурентоспроможності товарів (заповнення ринку низькоякісними товарами іноземного виробництва), а також зниження обсягів імпорту якісної продукції.

Важливим регулятором обсягу та структури експортно-імпортних потоків, окрім контролю митної вартості, є також митний тариф. Вибір типу митного тарифу у зовнішній торгівлі товарами залежить від сформованих економічних та інституціональних умов, а також цілей, якими керується уряд

країни. Зокрема, використання уніфікованого митного тарифу може мати наслідком зниження витрат адміністрування, зниження тиску лобі, дотримання горизонтальної рівності, зниження обсягів контрабанди та рівня корупції. Використання диференційованого митного тарифу може ефективно захищати галузі промисловості, що розвиваються, покращити умови торгівлі в галузі, надати стратегічну перевагу в галузях із надлишковими прибутками, які щільно концентровані на світових ринках, мінімізувати викривлення витрат виробництва і споживання тощо. Проте слід зазначити, що всі переваги, притаманні тому чи іншому типу митного тарифу, виникають за певних інституційних і економічних умов, наприклад, за наявності монопольної влади на ринках, залежно від типу конкуренції підприємства (за ціною або обсягами збуту на ринках) тощо.

На сьогоднішній день регулюючі функції мита обмежуються умовами міжнародних торгівельних угод, однак це не означає, що потенціалом із регулювання мита можна знехтувати, навпаки, зважаючи на слабкість внутрішнього ринку, моніторинг впливу митних тарифів на товарообіг країни необхідно проводити постійно.

Країни з розвиненою економікою характеризуються практично цілковитою відсутністю надходжень до бюджету від мита. Винятком є Швейцарія, де питома вага мита складає 2,48% у загальній структурі податкових надходжень до бюджету держави. Подібна ситуація пов’язана з тим, що ця країна не є членом міжнародних інтеграційних об’єднань (окрім Європейської асоціації вільної торгівлі – ЄАВТ), при формуванні яких, як правило, висувається вимога зниження або скасування мита при торгівлі товарами між країнами -членами. Основу ЄАВТ складає зона вільної торгівлі: у взаємній торгівлі скасовані мита і кількісні обмеження, однак єдиний зовнішній тариф відсутній; кожна держава проводить самостійну торговельну політику стосовно третіх країн і товари із цих країн не можуть вільно переміщуватися всередині цієї асоціації (крім промислових товарів із ЄС). В Україні вивізне мито існує на незначний перелік товарів, переважно сировинну продукцію, яка має стратегічне значення для функціонування вітчизняної економіки. Натомість

імпортним митом обкладається досить значний перелік товарів, ставки на які Україна поступово знижує, виконуючи умови СОТ.

Після приєднання до СОТ, український ринок став більш доступним для іноземних товаровиробників, ніж ринки країн-членів СОТ для національних експортоорієнтованих галузей [13, с. 60]. А це суттєво знизило ступінь захисту вітчизняного ринку. У випадку застосування адвалорного тарифу показником номінального захисту внутрішнього ринку слугує номінальна ставка тарифу, а у випадку застосування специфічного тарифу номінальний коефіцієнт захисту визначається діленням величини тарифу на ціну товару (без тарифу).

У вітчизняних публікаціях досить можна зустріти думку спрямовані стосовно того, що приєднання до СОТ повністю позбавляє права Україну використовувати мито у якості регулятора зовнішньої торгівлі. Митне регулювання товарообороту у контексті міжнародної інтеграції не зовсім коректною, оскільки СОТ визнає, що ліберальні заходи у торгівлі, які застосовуються державами, можуть створювати проблеми для їх промисловості, яка не може швидко пристосуватися до умов конкуренції. Для запобігання таким проблемам країна може заборонити імпорт як захисний захід. Водночас реалізація таких заходів не повинне завдавати збитків зарубіжним постачальникам [8]. Подібні заборони приймаються у випадку, коли кількість імпортованої продукції заподіює серйозної шкоди збуту аналогічного продукту вітчизняного виробництва. Захисні заходи застосовуються за клопотанням галузі промисловості, що потерпає від імпорту, тільки на тимчасовій основі і в надзвичайних ситуаціях. Правила СОТ також визнають, що країни, які розвиваються, для здійснення їх програми економічного розвитку або з метою підтримки тієї чи іншої галузі промисловості можуть застосовувати імпортні заборони на певний термін. При цьому це правило вимагає, щоб до введення такої заборони сторони дотримувались раніше прийнятих умов щодо поставок товарів для захисту інтересів постачальників.

Також, якщо яка-небудь галузь промисловості потерпає через велику кількість імпорту (як от автомобільна), тоді держава може, не застосовуючи

заборонних дій стосовно імпорту, надати допомогу шляхом надання субсидії для купівлі технології та обладнання, що може підвищити ефективність виробництва, а також конкурентоздатність цієї галузі. Правила СОТ забороняють державам надавати субсидії, які можуть заподіяти шкоду розвиткові торгівлі. Ці правила мають певні відмінності стосовно промислових і сільськогосподарських галузей. Правила, які регулюють використання субсидій для розвитку промислових галузей, у тому числі і автомобільної, передбачають заборони, що стосуються здебільшого експортних субсидій. Ці заборони раніше застосовувались лише щодо розвинутих країн. У ході Уругвайського раунду було прийнято аналогічне правило і стосовно країн, які розвиваються. Цим країнам надається 8-річний перехідний період, протягом якого вони повинні відмовитися від таких субсидій. Дане правило не застосовується стосовно країн, що розвиваються, в яких річний доход на одну особу менший 1000 доларів США [21, с. 168].

Зважаючи на викладене вище, можемо зробити висновок, що шкода, яка може бути заподіяна вітчизняним виробникам внаслідок зниження ставок мита, може бути компенсована державою шляхом надання субсидій. Це може стати ще однією обтяжливою статтею для бюджету держави, однак, зважаючи на обраний вектор економічного розвитку, інші способи захисту вітчизняних виробників на сьогодні недоступні. Механізм субсидування потребує визначення оптимального розміру субсидій. Оптимальність передбачає повну компенсацію втрат виробника за рахунок зниження ставки імпортного мита та попередження необґрунтованих втрат бюджету внаслідок механізму субсидування.

Для цього спочатку необхідно визначити оптимальну ставку імпортного мита. Теоретично ставка імпортного мита не може бути оптимальною, оскільки сам факт його запровадження є неоптимальним заходом протекціоністської політики. Митне регулювання товарообороту у контексті міжнародної інтеграції мінімального імпортного тарифу, відповідно до яких менші ставки ввізного мита обумовлюють менші втрати ефективності від протекціоністської політики.

Дослідження праць вітчизняних та зарубіжних вчених обґрунтовує необхідність диференціації ставок імпортного мита, попри те, що світова практика вимагає, окрім запровадження мінімальної ставки мита, ще й відмови від його диференціації. Відсутність диференціації обґрунтовується наступним чином [12, с. 516]:

1. Застосування великої кількості ставок мита підвищує витрати на його адміністрування.

2. Диференціація ставок обумовлює різний рівень захисту галузей, які виготовляють сировину, матеріали, комплектуючі та готову продукцію. Якщо виробничі ресурси оподатковуються митом за нижчою ціною, ніж кінцевий продукт, це означає, що галузі, які виробляють кінцевий продукт, мають вищий ступінь захисту від зовнішньої конкуренції, ніж інші галузі економіки. У цілому висока ставка імпортного мита на певний товар вигідна вітчизняним виробникам цього товару і шкодить галузям, які використовують його у якості виробничого ресурсу. У той же час єдина ставка митного тарифу створює єдиний рівень фактичного захисту для всіх галузей, які працюють на внутрішньому ринку.

3. Диференціація ставок митного тарифу підштовхує лобістські групування до посилення боротьби за підвищення ступеня захисту окремих галузей і секторів економіки. І навпаки, чітке дотримання курсу на єдині ставки зменшує стимули до лобістської діяльності.

4. Викривлення, обумовлені запровадженням мита, зростають швидше, ніж підвищується її ставка, а доходи від неї зростають пропорційно ставці.

Саме тому, на наш погляд, запровадження диференційованих ставок імпортного мита є виправданим тільки для невеликої групи товарів, збільшення імпорту яких є критичним для України або ж попит на які є нееластичним.

Оподаткування товарів, попит на які є нееластичним, імпортним митом за вищими ставками, ґрунтується на теорії оптимального оподаткування Ф. Рамсея. Згідно з цією теорією, товари, попит на які характеризується низькою еластичністю, повинні оподатковуватися за вищою ставкою. Таким чином, запровадження імпортного мита або підвищення його ставки на такі товари

суттєво не позначиться на попиті, а дозволить перекласти основний тягар податку на споживача. Також, виходячи з теорії оптимального оподаткування, кінцева продукція повинна обкладатися митом за вищою ставкою, ніж сировина, матеріали та інші проміжні продукти. Оподаткування проміжних продуктів, на наш погляд, є виправданим тоді, коли їх імпорт загрожує суттєвим скороченням обсягів вітчизняного виробництва аналогічних продуктів.

Світова практика показує значну диференціацію ставок імпортного мита на окремі групи товарів. Така диференціація обумовлена наступним [21, с. 171]:

- необхідністю підтримки окремих перспективних галузей національної економіки, що вимагає оподаткування продукції аналогічних галузей країн-експортерів більш високими ставками імпортного мита;
- лобістською діяльністю галузей, які виготовляються імпортозамінну продукцію, що спрямовано на підвищення ставок мита на аналогічну продукцію країн-експортерів і зниження ставок на виробничі ресурси, які використовуються вітчизняними виробниками.

Підсумовуючи, зазначимо, що визначення оптимальної ставки імпортного мита є актуальним на певний проміжок часу, тому існує необхідність у постійному моніторингу зміни попиту і пропозиції на товари, які оподатковують імпортним митом, та періодичного перегляду розміру корегуючого коефіцієнта та ставки імпортного мита для відповідної групи товарів.

На основі оцінки ступеня захищеності вітчизняного ринку з'ясовано, що протягом останніх п'яти років як номінальний, так і фактичний ступені захисту знижуються. Оскільки приєднання до СОТ досить жорстко регламентує розміри ставок імпортного мита, може виникнути потреба у застосуванні інших заходів підтримки національних автовиробників із боку держави. Для визначення такої потреби обґрунтовано механізм розрахунку різниці між оптимальною і чинною ставкою імпортного мита, яка є індикатором потреби зниження/підвищення ставки імпортного мита, розміру зміни ставки (або потреби у підтримці з боку держави).

Обмеження реалізації регулюючого потенціалу мита внаслідок необхідності дотримання умов міжнародних торгівельних угод не означає, що фіскальними і регулюючими ефектами мита можна знехтувати. По-перше, динаміка ставок мита дає змогу оцінити ступінь захисту вітчизняного ринку (в Україні він знижується). По-друге, розрахунок різниці між оптимальною та чинною ставкою ввізного мита дає можливість обґрунтувати необхідність та інструменти протекціоністських заходів щодо вітчизняних товаровиробників.

ВИСНОВКИ

В умовах політичної та економічної кризи розвиток автомобільного ринку України стає одним із першочергових стратегічних завдань нашої держави. Особливої актуальності набуває збалансування його національної та імпортної складових у напрямку скорочення частки імпорту кінцевої продукції та збільшення частки ринку національного товаровиробника, а також – розвитку експортної складової ринку колісних транспортних засобів. Зважаючи на зазначене потребують удосконалення та збалансування інструменти митно-тарифного та нетарифного регулювання національного автомобільного ринку.

Нормативно-правовим підґрунтям регулювання процесів переміщення автомобілів через митний кордон України є ряд законодавчих актів України, а також ратифіковані міжнародні договори та угоди. При аналізі національного законодавства виявлена неповна його відповідність міжнародним вимогам та стандартам, що перешкоджає поглибленню торговельних зв'язків та подальшому розвитку міждержавної кооперації у сфері виробництва транспортних засобів.

Результати аналізу світового ринку транспортних засобів свідчать, що за останні десятиріччя світова автомобільна промисловість стала однією з провідних галузей світової економіки. Глобальні фінансові кризи призводять до значного спаду виробництва та реалізації автотранспортних засобів, сповільнення темпів зростання зазначених показників та змін у розподілі ринків між підприємствами-виробниками. На сьогодні основне виробництво автомобілів зосереджене у декількох великих концернів, що знаходяться у США, Німеччині, Японії та Південній Кореї. Найбільші темпи розвитку спостерігаються щодо автомобілебудування Китаю, завдяки його лідируючому положенні у залученні іноземного капіталу, ефективної податкової та митної політики та кредитної підтримки держави.

Ринок легкових автомобілів України характеризується своєю нестабільністю та не прогнозованістю у післякризовий період, а також – зміною структури попиту на користь авто нижчого цінового класу. Зміну структури

попиту можна пояснити зниження платоспроможності споживачів за рахунок скорочення кредитування та зменшення реальних доходів потенційних покупців.

За умови збільшення розриву між кількісними показниками експорту та імпорту легкових автомобілів можна зробити висновок про те, що конкурентоспроможність вітчизняних авто зменшується. Зазначене підтверджує необхідність пошуку дієвих інструментів реформування автомобільного ринку держави.

В роботі згруповано та проаналізовано основні інструменти регулювання автомобільного ринку України. Встановлено, що основними засобами впливу на обсяги та структуру імпорту автомобілів є: маніпулювання розмірами мита (в т.ч. – застосування особливих його видів); процеси контролю митної вартості, класифікації і визначення країни походження товарів; застосування нетарифних засобів захисту (квот, ліцензій, стандартів якості та ін.).

Серед напрямків розвитку автомобільного ринку України за рахунок реалізації всіхприйнятих 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 автомобільнихкомплектуючих;

– зміна структури національної економікиУкраїни за рахунок збільшення частки вітчизняної автомобільної промисловості в ВВП.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Анализ мирового авторынка на 2012 год от «Эрнст энд Янг» [Электронный ресурс] // RBN. – Режим доступа : http://rbn.cc/#news/1757-analiz-svitovogo-ta-ukrajinskogo-avtorynku-na-2012-vid-lernst-end-jangr

2. Бодров В. Г. Державне регулювання економіки та економічна політика: навч. посіб. / В. Г. Бодров, О. М. Сафронова, Н. І. Балдич. – К. : Академвидав, 2010. – 520 с.

3. Бодрова Н.Е. Аналіз світових тенденцій розвитку автомобільної промисловості / Н.Е. Бодрова, К.П. Булатов // Бізнес-Інформ. – 2012. – № 1. – С. 78-83.

4. Гапотченко К.В. Управління підприємствами автомобілебудівної промисловості України в умовах протекціонізму [Текст] : дисертація канд. екон. наук: 08.06.01 / К.В. Гапотченко; Українська академія зовнішньої торгівлі. – К., 2003. – 190 с.

5. Генеральна угода з тарифів і торгівлі (ГАТТ 1947) / Міжнародний документ від 30.10.1947 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995_264

6. Герчаківський С.Д. Домінанти митного регулювання експортно-імпортних операцій на автомобільному ринку України / С.Д. Герчаківський // Наукові записки. Серія «Економіка». – 2010. – Випуск 15. – С. 339-345.

7. Гончар І.А. Характер формування зовнішньої торгівлі України: статистична оцінка / І.А. Гончар, В.О. Бабірад-Лазунін // Статистика України. – 2013. – № 2. – С. 16-20.

8. Загальна інформація про Світову організацію торгівлі // Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://http://me.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=188018&cat_id=38225

9. Закон України «Про деякі питання ввезення на митну територію України та реєстрації транспортних засобів» від 06.07.2005 № 2739-IV

(редакція від 08.08.2012) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2739-15

10. Захист внутрішнього ринку України / Інформація Міністерства економічного розвитку та торгівлі України від 03.04.2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&tag=Zakhist InteresivNatsionalnikhTovarovirobnikivNaVnutrishnomuRinku

11. Кищун В.А. Виробництво легкових автомобілів: світові та вітчизняні тенденції / В.А. Кищун // Луцький національний технічний університет: зб. наук. пр. – 2003. – № 13. – С. 137-145.

12. Майбуров И.А. Теория налогообложения. Продвинутый курс [учебник для магистров, обучающихся по специальностям «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»] / И.А. Майбуров, А.М. Соколовская.– М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2011. – 591 с.

13. Мартинюк В.П. Митна система та економічнабезпекадержави: теорія і методологія [монографія] / В.П. Мартинюк. – Тернопіль: Астон, 2010. – 256 с

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

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

16. Пирожкова Ю.В. Особливості правового регулювання конкурентоспроможності автомобілебудівних підприємств в Україні: сучасний правовий аналіз / Ю.В. Пирожкова // Вісник Запорізького національного університету «Юридичні науки». – 2009. – № 1. – С. 106-110.

17. Програма розвитку легкового автомобілебудування України на період до 2020 року [Електронний ресурс] / InvestUkraine. – Режим доступу: http://investukraine.com/wp-content/uploads/2012/06/Overview-of-the-State-programfor-development-of-automotive-industry-in-Ukraine-till-2020-Volodymyr-Vlasyuk-UPE.pdf

18. Ринок б/в автомобілів в Україні набирає обороти [Електронний ресурс] // Сегодня.ua. – Режим доступу:http://ukr.segodnya.ua/economics/avto/rynok-bu-avtomobiley-v-ukraine-nabiraet-oboroty-535762.html

19. Розпорядження КМУ «Про схвалення Концепції Державної цільової економічної програми розвитку легкового автомобілебудування на період до 2020 року» від 15.01.2014 № 25-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/25-2014-%D1%80?test=6ckMfEWMJ.Wf6yX.ZigF.pAqHI4NAs80msh8Ie6

20. Сайт Світового Банку. – Режим доступу: http://data.worldbank.org/indicator

21. Сотніченко О.А. Митне регулювання товарообороту у контексті міжнародної інтеграції / О.А. Сотніченко // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. – 2-13. – № 2. – С. 165-176.

22. Тоцька Т.С. Недоліки в системі державного контролю митної вартості в України / Т.С. Тоцька, А.В. Аршиннікова // Вісник АМСУ. Серія: «Державне управління». – 2014. – № 1 (10). – С. 150-158

23. Чкан А.С. Автомобільний ринок України: експертний аналіз стану, тенденції та перспективи розвитку / А.С. Чкан // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – 2013. – №3 (23). – С. 200-204.

24. Юринець О.В. Тенденції та перспективи розвитку автомобілебудівної галузі України у після кризовий період / О.В. Юринець, О.Я. Марущак // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. – 2013. – № 754. – С. 99-105. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/VNULPP_2013_754_16.pdf

25. Registrations or sales of new vehicles / International organization automakers (OICA) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.oica.net/category/sales-statistics/