

О. П. Савич,

к. е. н., доцент кафедри маркетингу, ДВНЗ "КНЕУ імені Вадима Гетьмана", м. Київ

## ВПЛИВ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ НА ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ АВТОМОБІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

O. Savych,

candidate for economic sciences, docent of marketing chair

at Kyiv National Economic University after Vadim Hetman, Kyiv

### GLOBALIZATION IMPACT AT STATE GOVERNANCE OF AUTOMOTIVE INDUSTRY

*У статті досліджено вплив глобалізації на державне регулювання автомобільної промисловості. Визначені фактори глобалізації, які впливають на державну підтримку автомобільної галузі та розроблено власні рекомендації щодо використання інструментів державного регулювання автомобільного ринку. На думку автора, найбільший вплив на державну регулятивну функцію автомобільного ринку мають демографічні, економічні, екологічні, організаційні та законодавчі фактори, а також сукупність їх інструментаріїв. Визначено, що продаж та виробництво легкових автомобілів впливає на економіку країни, зайнятість, надходження податкових платежів, валютну виручку країни тощо. Тому держава повинна належним чином регулювати автомобільну промисловість країни та стимулювати її розвиток. Сучасною характеристикою середовища діяльності підприємств є вплив глобальних процесів: конкуренція з боку глобальних компаній (транснаціональних корпорацій), глобальні риси уподобання споживачів, необхідність у виробництві уніфікованих та високоякісних товарів, розробка єдиної глобальної чи регіональної маркетингової стратегії та маркетингового комплексу.*

*The globalization impact at state regulation of automotive industry has been researched at the article. The factors of the globalization, which influence governmental support of automotive industry as well as recommendations regarding application of main tools for state governance, have been determined. On the opinion of the author the biggest impact at the state regulative function of car market has demographic, economic, ecological, organizational and legal factors as well as number of its tools. The author has defined that sales and production of cars has strong impact at country economy, unemployment, tax incomes and etc. Therefore governments have to regulate in a good way the automotive domestic industry and stimulate its development. The modern features of environment where company acts includes impact of global processes: competition from the side of transnational corporations, global features of consumers, the necessity in production of regular and qualitative goods, development single global or regional marketing strategy and marketing mix.*

*Ключові слова: маркетинг, глобалізація, споживач, держава, автомобільний ринок.*  
*Key words: marketing, globalization, customer, state, car market.*

#### ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Глобалізація здійснює безпосередній вплив на автомобільну галузь кожної країни та підприємства зокрема. Такий вплив відбувається і в сфері державного регулювання автомобільною галузі. Оскільки глобальна автомобільна промисловість генерує 5% світового ВВП та більше, ніж 7% робочих місць, то правильна політика державного регулювання автомобільної промисловості може бути стимулом розвитку економіки в цілому.

#### АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Проблемою дослідження теоретичних аспектів поняття "глобалізація" займалися багато вітчизняних і зарубіжних учених. Проведений нами аналіз останніх публікацій засвідчив, що увагу науковців привертала такі проблеми, як глобалізація та її вплив на роботу підприємства та державну політику в цілому. Так, Крапивний І.В. визначив "глобальність" як тісний взаємоз-

в'язок у світі: рух інформації, капіталу, товарів та людей через державні кордони у дедалі швидшому темпі та обсязі, взаємопроникнення культур, способів життя, залежність усіх країн світу від глобальних проблем [4]. У той же час Войчак А.В. вважає, що глобалізація економіки закладається в тому, що національні промислові підприємства реалізують у власних інтересах відносні переваги виробництва в інших країнах, перетворюючись в транснаціональні корпорації [1]. Більше того, Ф. Котлер вважає, що всі види діяльності становляться більш глобальними, так як розмиваються географічні кордони, прискорюються темпи наукового прогресу, на перше місце виходить маркетинг як зброя для завоювання ринків та забезпечення реалізації продукції в умовах глобальної конкуренції [3].

## ЗАВДАННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

Метою та завданням дослідження є визначення глобальних факторів впливу на державне регулювання автомобільної промисловості та розробка рекомендацій щодо державного регулювання автомобільного ринку України.

## РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Процес глобалізації економіки заключається в тому, що національні промислові підприємства реалізують у власних інтересах відносні переваги виробництва в інших країнах, перетворюючись в транснаціональні корпорації. Нормальною ситуацією у міжнародних відносинах є жорстока конкуренція за ринки збуту, за володіння сировинними природними ресурсами, за інвестиції, за політичний та економічний вплив. Всі види діяльності становляться більш глобальними, бо розмиваються географічні кордони, прискорюються темпи наукового прогресу, на перше місце виходить маркетинг як зброя для завоювання ринків та забезпечення реалізації продукції в умовах глобальної конкуренції. В умовах глобальної конкуренції, збільшуються вимоги до якості продукції зі сторони споживачів.

Під "глобальністю" розуміють тісний взаємозв'язок у світі: рух інформації, капіталу, товарів та людей через державні кордони у дедалі швидшому темпі та обсязі, взаємопроникнення культур, способів життя, залежність усіх країн світу від глобальних проблем [4].

Термін "глобалізація" є одним з найбільш дискусійних наукових категорій. Існує цілий ряд підходів до його сучасного тлумачення. Українські вчені систематизували існуючі визначення глобалізації за сутністю явища: глобалізація як явище або феномен; глобалізація як новий етап суспільного розвитку; глобалізація як процес.

Ми ж вважаємо, що глобалізація — це процес збільшення соціальної, культурної, політичної та економічної міжнародної взаємозалежності, що впливає на зміни в бізнес середовищі. Ефект глобалізації з точки зору маркетингу має два основних впливу на підприємства:

- Глобальні ринкові можливості.
- Глобальні ринкові загрози.

Можливості та загрози, які виникають у наслідок глобалізації спонукають підприємства адаптувати їх організаційні структури та маркетингові стратегії. Глобальні маркетингові можливості дозволяють компаніям отримати доступ до світових ресурсів та розширити діяльність на нових зарубіжних ринках і тим самим підвищити конкурентоспроможність компанії. А з іншої сторони, глобальні маркетингові загрози збільшують кількість конкурентів та інтенсивність конкурентної боротьби, а також збільшують вірогідність ринкової невизначеності. Комбінація загроз та можливостей підприємств в умовах глобалізації дозволяє споживачу отримати найбільш якісний товар за нижчою ціною.

Глобалізація — це основний двигун технологічного та економічного розвитку, гарант відкритості ринків та

вільного переміщення капіталів, товарів, робочої сили та інших ресурсів.

Автомобільна промисловість має великий вплив на економіку кожної країни, де локалізовано автомобільне виробництво. Вона забезпечує роботою майже 9 мільйонів чоловік у світі. Це більше, ніж 5% від всього зайнятого населення в світовій промисловості. В той же час за результатами досліджень англійських вчених пряме робоче місце на автомобільному виробництві приносить додаткових ще 10 робочих місць в суміжних галузях у США, 6 робочих місць — у Німеччині, 8 — у Великобританії. Навіть взявши найменший мультиплікатор на рівні 6 та кількість прямих робочих місць в автомобільній галузі в найкращий період її розвитку 27 000 чоловік (2008 р.), то в сумі автопромисловість України може надавати майже 200 000 робочих місць. У свою чергу автомобільна промисловість світу формує майже 5% всього ВВП.

За таких показників, продаж та виробництво легкових автомобілів впливає на економіку країни, зайнятість, надходження податкових платежів, валютну виручку країни тощо. Тому держава повинна належним чином регулювати автомобільну промисловість країни та стимулювати її розвиток.

Держава зацікавлена в автомобільній галузі, оскільки їй необхідно мати:

- великого роботодавця;
- платника податків;
- донора валютної виручки;
- динамічно зростаюче підприємство-гігант;
- двигун створення суміжних підприємств та виробництв, для отримання вищезазначених вигод.
- стимулювати попит та витрати населення.

Ми визначили фактори глобалізації, які впливають на державну підтримку автомобільної галузі та розробили власні рекомендації щодо використання інструментів державного регулювання автомобільного ринку (див. рис. 1).

Так ми виокремлюємо наступні фактори впливу на інструментарій державного регулювання галузі:

1. Демографічні фактори, включаючи інструментарій:
  - контроль перенаселення міст;
  - розвиток автомобільної інфраструктури (парковки, зарядні станції);
  - заборона в'їзду в центр міста;
  - розвиток муніципального транспорту.
2. Екологічні фактори, включаючи інструментарій:
  - впровадження норм вихлопів;
  - впровадження норм безпеки;
  - утилізаційний збір;
  - стимулювання зменшення споживання ресурсів;
  - застосування екологічних матеріалів при виробництві автомобілів;
  - зменшення споживання природних ресурсів.
3. Економічні фактори, включаючи інструментарій:
  - митна політика;
  - податкова політика;
  - стимулювання попиту;
  - субсидії за додаткові робочі місця;
  - експортні субсидії;
  - компенсація кредитних ставок.
4. Організаційні фактори, включаючи інструментарій:
  - розрахунок економічного ефекту від впровадження заходів;
  - узгодження положення програми дій (закону) із автовиробниками;
  - контроль виконання програми;
  - постійність законодавства;
  - відповідальність Сторін.
5. Законодавчі фактори, включаючи інструментарій:
  - розробка законопроекта щодо підтримки автомобільної галузі України;

Демографічні фактори впливу	Екологічні фактори впливу	Економічні фактори впливу	Організаційні фактори впливу	Законодавчі фактори впливу
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Контроль перенаселення міст</li> <li>• Розвиток автомобільної інфраструктури (парковки, зарядні станції)</li> <li>• Заборона в'їзду в центр міста</li> <li>• Розвиток муніципального транспорту</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Впровадження норм вихлопів</li> <li>• Впровадження норм безпеки</li> <li>• Утилізаційний збір</li> <li>• Стимулювання зменшення споживання ресурсів</li> <li>• Застосування екологічних матеріалів при виробництві автомобілів</li> <li>• Зменшення споживання природних ресурсів</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Митна політика</li> <li>• Податкова політика</li> <li>• Стимулювання попиту</li> <li>• Субсидії за додаткові робочі місця</li> <li>• Експортні субсидії</li> <li>• Компенсація кредитних ставок</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Розрахунок економічного ефекту від впровадження заходів</li> <li>• Узгодження положення програми дій (закону) із автовиробниками</li> <li>• Контроль виконання програми</li> <li>• Постійність законодавства</li> <li>• Відповідальність Сторін</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Розробка законопроекта щодо підтримки автомобільної галузі України</li> <li>• Внесення змін до митного, податкового та екологічного законодавства</li> <li>• Створення профільного управління при МінЕкономіці</li> <li>• Надати контролюючі функції виконання закона та етапів впровадження контролюючому органу</li> </ul>

Рис. 1. Глобальні фактори впливу на автомобільну галузь та рекомендації щодо державного регулювання автомобільного ринку України

Джерело: власні дослідження автора.

- внесення змін до митного, податкового та екологічного законодавства;
- створення профільного управління при МінЕкономіці;
- надати контролюючі функції виконання закона та етапів впровадження контролюючому органу.

## ВИСНОВКИ

Отже, можна зробити висновки, що продаж та виробництво легкових автомобілів впливає на економіку країни, зайнятість, надходження податкових платежів, валютну виручку країни тощо. Тому держава повинна належним чином регулювати автомобільну промисловість країни та стимулювати її розвиток.

На основі вивчення досвіду інших країн та ситуації, яка склалась в галузі сьогодні треба негайно застосувати запропоновані нами заходи з відновлення автомобільного виробництва в Україні, інакше наша країна стане просто ринком споживання.

## Література.

1. Войчак А.В. Дослідження сучасних концепцій маркетингу та маркетингового менеджменту / А.В. Войчак, В.М. Шумейко // Маркетинг в Україні. — 2009. — № 4. — С. 52—55.
2. Ілляшенко С. Управління інноваційним розвитком: проблеми концепції, методи / С. Ілляшенко. — Суми: ВТД "Університетська книга", 2003. — С. 18.
3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Пер. с англ. / Под ред. Л.А. Волковой. — СПб.: Питер, 2002. — 752 с.
4. Крапивний І.В. Глобалізація: сутність, чинники та етапи розвитку / І.В. Крапивний // Вісник СумДУ. — 2008. — № 1. — С. 129—137. — (Серія "Економіка").
5. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. / За ред. Л.В. Балабанової. — 3-тє вид., перероб. і доп. — К.: Знання, 2004. — 354 с.
6. Федорченко А.В. Система маркетингових досліджень: монографія / А.В. Федорченко. — К.: КНЕУ, 2009. — 267 с.
7. Фрейдина Е.В. Исследование систем управления: учеб. пособие / Е.В. Фрейдина. — Под ред. Ю.В. Гусева. — М.: Омега-Л, 2008. — 367 с.

## References:

1. Vojchak, A.V. (2009), "Researches of the modern marketing and marketing management concepts", Marketing v Ukraini. vol 4, pp. 52—55.

2. Illiashenko, S. (2003), Upravlinnia innovatsijnym rozvytkom: problemy kontseptsii, metody [Management of innovative development: problems, concepts, methods], Universytets'ka knyha, Sumy, Ukraine.

3. Kotler, F. (2002), Marketynh menedzhment. [Marketing management], Pyter, Sanct-Petersburg, Russia.

4. Krapivny, I. (2008), "Globalization: essence, factors and development stages". Visnik SumDu, №1, pp. 129—137.

5. Balabanova, L.V. (2004), Marketynhovyj menedzhment [Marketing management], Znannia, Kyiv, Ukraine.

6. Fedorchenko, A.V. (2009), Systema marketynhovykh doslidzhen' [System of marketing researches], KNEU, Kyiv, Ukraine.

7. Frejdyna, E.V. (2008), Yssledovanye system upravleniya [Researches of management systems], Omega-L, Moscow, Russia.

Стаття надійшла до редакції 08.11.2017 р.

[www.economy.nayka.com.ua](http://www.economy.nayka.com.ua)

Електронне фахове видання

Ефективна  
**ЕКОНОМІКА**

**Виходить 12 разів на рік**

Видання включено до переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук з ЕКОНОМІКИ

e-mail: [economy\\_2008@ukr.net](mailto:economy_2008@ukr.net)

тел.: (044) 223-26-28

(044) 458-10-73