

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ВІТЧИЗНЯНОГО АВТОМОБІЛЕБУДУВАННЯ

© Терлецька В.О., 2018

Стан та динаміка ринку вітчизняної автомобілебудівної продукції є вкрай несприятливими та критичними. Ринок автомобілебудівної продукції України наповнений переважно імпортованою продукцією, у той час як в економічно розвинених країн – виробників сучасної автомобілебудівної продукції – вітчизняною. При цьому насичується в основному за рахунок імпорту, чому сприяє відкритість внутрішнього ринку, що характеризується показником ступеня проникнення імпорту, який виявляє негативну тенденцію зростання з 0,47 у 2008 р. до 0,95 у 2016 р. За період 2009 – 2016 рр. Україна мала від'ємне сальдо зовнішньої торгівлі автомобілебудівною продукцією, що свідчить про зростання імпортозалежності у галузі. У 2016 р. з числа вітчизняних підприємств лише два наростили частки ринку (ПрАТ «Єврокар» – з 24,5 % до 74,8 %; Корпорація «Богдан» – з 0,72 % до 1,5 %). Найбільших втрат зазнали: ПАТ «ЗАЗ» – з 47,48 % до 10 %; ХК «АвтоКрАЗ» – з 16,9 % до 9,1 %; ЗАТ «Чернігівський автозавод» – з 3,6 % до 0,1 %. За наявності чітко вираженої тенденції до зниження обсягів продажу продукції внутрішнього виробництва відбуваються структурні зрушення у розподілі часток ринку підприємств (для прикладу, легкові автомобілі вітчизняного виробництва у 2010 р склали 9,49 %, а імпортовані за цей період – 79,22 %, у 2016 р. – 3,66 % – вітчизняного виробництва, 83,53 % – імпортного відповідно).

Український ринок автомобілебудівної продукції далекий від насичення, а найактивніший вік автомобілів, які продаються на ринку первинної вживаної автомобілебудівної продукції – 8-10 років (більше 33%). На другій позиції – автомобілі у віці старше 16 років (більше 30%). На третій сходинці – автомобілі вікової категорії 11-15 років (майже 18 %). 85% внутрішніх перепродажів в Україні припадає на автомобілі старше 8 років.

Основними причинами неконкурентоспроможності вітчизняного автомобілебудування є: вітчизняні технології, що відстають від світових щонайменше як на 25 років; недостатні інвестиції в галузь; неналежна підтримка галузі державою; напружена ситуація на сході України. Ускладнює ситуацію відміна утилізаційного збору та зниження спеціального податку, що відбулися паралельно із збільшенням ставок акцизного збору на нові автомобілі та на кузова для промислової зборки. Як наслідок, вітчизняні автомобілебудівні підприємства позбулися останнього мінімального захисту держави, а замість цього отримали додаткове фінансове навантаження, яке ставить не лише під питання доцільність розвитку ринку, але і збереження промислового автомобілебудування в Україні. Зрозуміло, що в умовах кризового зниження обсягів продаж автовиробники будуть неспроможні нівелювати за рахунок власних ресурсів збільшені податки, і вони будуть закладені в ціну виробу, а відповідно будуть перекладені на споживача.

Ситуацію можна охарактеризувати як критичну – підприємства не мають коштів для модернізації виробництва, а їх продукція не користується достатнім попитом через неналежну якість та неконкурентоспроможність.

Негативний вплив на діяльність автомобілебудівних підприємств має напружена ситуація на сході України – у Донецькій та Луганській областях – зірвано виробничі процеси на підприємствах. Зокрема, лише у Запорізького автомобілебудівного заводу серед постачальників комплектуючих в Донецькій області знаходилось 25, а в Луганській – 11 підприємств. Продукція цих областей забезпечувала автомобілебудівні підприємства різноманітними виробами, пружинами, радіаторами, інструментами, виробами з кольорових металів. У зв'язку з цим виникла загроза зупинки виробництва, так як за короткий проміжок часу знайти нових постачальників доволі складно.

Отже, базовим чинником активного і стабільного розвитку підприємств автомобілебудування є механізм інституційного регулювання, завданням якого є створення сприятливих умов для розвитку, а основним джерелом формування конкурентних переваг є мінімізація витрат та підвищення якості продукції згідно з світовими стандартами, для цього необхідно здійснити технічне переоснащення вітчизняних автомобілебудівних підприємств, вдосконалити технології виробництва та досягнути високого рівня локалізації виробництва.

С.Г. ТОКАРЧУК, О.Я КОБИЛЮХ
Національний університет "Львівська політехніка"

ВІТЧИЗНЯНА ЕЛЕКТРОННА СИСТЕМИ ЗАКУПІВЕЛЬ: ОСОБЛИВОСТІ ТА НЕДОЛІКИ

© Токарчук С.Г., Кобилюх О.Я., 2018

Найбільш поширеним методом державних закупівель на сьогоднішній день в Україні є проведення конкурсних торгів. Електронна система закупівель – інформаційно-телекомунікаційна система, що забезпечує проведення процедур закупівель, створення, розміщення, оприлюднення та обмін інформацією і документами в електронному вигляді, до складу якої входять веб-портал Уповноваженого органу, авторизовані електронні майданчики, між якими забезпечено автоматичний обмін інформацією та документами.

Відповідно до законодавства про відкриті закупівлі, усі закупівлі державних підприємств повинні проводитися за допомогою тендерів. Потреба у закупівлях товарів або речей повинна бути оприлюдненою на тендерних майданчиках, що авторизовані системою державних закупівель Prozorro. Ініціатор закупівель самостійно обирає майданчик, на якому буде розміщуватися оголошення про потребу в проведенні закупівель.

Відкриті торги можна вважати такими, що відбулися, якщо по оголошенню отримано щонайменше дві тендерні пропозиції. Якщо учасником подається пропозиція, що не відповідає вимогам тендеру, вона виключається зі списку, а вибір переможця здійснюється на користь іншого учасника за списком, який відповідає вимогам процедури закупівель.

Після того, як оголошення є поданим, замовник тендеру очікує тендерні пропозиції та тримає їх нерозкритими до дати, що зазначається в оголошенні. Після того, як заявки є отриманими, з учасниками проводиться додаткова процедура, яка включає ознайомлення із технічними деталями виконання завдань. Після того, як вся інформація є подана, організатор аукціону має право виключити учасників із тендеру, якщо вони не відповідають вимогам.

При настанні дати проведення розкриття пропозицій формується тендерна комісія, яка проводить розкриття документів та перевіряє їх на відповідність вимогам. Після вивчення пропозицій формуються висновки про переможця. Замовник укладає договір не раніше ніж через 10 днів з дня оприлюднення повідомлення про намір укласти договір, але не пізніше 20 днів з дня прийняття рішення про намір укласти договір.

Інтернет платформи для державних та комерційних закупівель:

- ДЕРЖАВНІЗАКУПІВЛІ.ОНЛАЙН;
- Smarttender;
- E-Tender;
- ТендерГид;
- ZAKUPKI.EDUCATION.

Тож, очевидно, що ця сфера закупівель досить інтенсивно розвивається. В даному списку вказані лише найбільш популярні платформи. Відвідавши кожну з них, можна зробити висновок, що всі