

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ
ІНСТИТУТ ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»
ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ**

На правах рукопису
УДК 338.47

«До захисту допущено»
Завідувач кафедри

_____ (підпис)

_____ (ініціали, прізвище)

“ _____ ” _____ 2018 р.

Магістерська дисертація

на здобуття ступеня магістра

зі спеціальності 051 «Економіка»
спеціалізації «Міжнародна економіка»

на тему: «Удосконалення інноваційної політики світових автомобільних корпорацій в умовах низьковуглецевої економіки»

Виконав: студент 6 курсу, групи УС-71мп

Зінченко Костянтин Романович
(прізвище, ім'я, по батькові)

_____ (підпис)

Керівник: професор, д. е. н. Охріменко О.О.
(посада, науковий ступінь, вчене звання, прізвище та ініціали)

_____ (підпис)

Рецензент: професор, д. ф.-м. н. Капустян В.О.
(посада, науковий ступінь, вчене звання, прізвище та ініціали)

_____ (підпис)

Засвідчую, що у цій дипломній
роботі немає запозичень з праць
інших авторів без відповідних
посилань.

Студент _____
(підпис)

Київ – 2018 року

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
ІМЕНІ ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»**

Факультет (інститут) менеджменту та маркетингу
Кафедра міжнародної економіки
Рівень вищої освіти другий (магістерський)
Спеціальність 051 Економіка

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
_____ С. В. Войтко
(підпис)
«___» _____ 2018 р.

ЗАВДАННЯ

на магістерську дисертацію студенту

Зінченка Костянтина Романовича

1. Тема дисертації: Удосконалення інноваційної політики світових автомобільних корпорацій в умовах низьковуглецевої економіки, науковий керівник дисертації: доктор економічних наук, професор Охріменко Оксана Онуфріївна
затверджені наказом по університету від «12» вересня 2018 р. № 3506-с.
2. Термін подання студентом дисертації 12 грудня 2018 р.
3. Об'єкт дослідження: інноваційна діяльності світових автомобільних корпорацій.
4. Предмет дослідження: теоретичні, методологічні та прикладні аспекти удосконалення інноваційної політики автомобільних компаній в умовах низьковуглецевої економіки.
5. Мета дослідження: теоретичне обґрунтування, вироблення науково-методичних засад і практичних пропозицій, спрямованих на вдосконалення інноваційної політики автомобільних компаній в умовах низьковуглецевої економіки.

6. Перелік завдань, які потрібно розробити:

- Визначено місце інновацій у низьковуглецевій економіці.
- Окреслено сутнісні аспекти інноваційної політики.
- Визначено методичні підходи до обґрунтування механізму розробки та реалізації інноваційної політики.
- Проаналізовано показники країн з низьковуглецевою економікою.
- Представлено оцінку стану та тенденцій розвитку автомобільних корпорацій.
- Здійснено аналіз результативності інноваційної політики автомобільних корпорацій.
- Визначено напрями коригування цілей інноваційної політики.
- Окреслено перспективи модернізації процесів імплементації інноваційної політики в діяльність корпорацій.
- Розроблено прогноз результативності впливу оновленої інноваційної політики в умовах низьковуглецевої економіки.

7. Орієнтовний перелік ілюстративного матеріалу: не менше 8 рисунків та 10 таблиць.

8. Орієнтовний перелік публікацій: не менше однієї публікації в збірниках наукових праць молодих вчених.

9. Дата видачі завдання 12 вересня 2018 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН
виконання магістерської дисертації
студента Зінченка Костянтина Романовича

№ з/п	Назва етапів виконання магістерської дисертації	Строк виконання етапів магістерської дисертації	Примітка
1.	Закріплення студента за науковим керівником магістерської дисертації	03.09.2018	
2.	Вибір теми магістерської дисертації та затвердження її на засіданні кафедри	05.09.2018	
3.	Розробка змісту магістерської дисертації та видача завдання науковим керівником	12.09.2018	
4.	Підписання завідувачем кафедри листа «Завдання на магістерську дисертацію студенту»	14.09.2018	
5.	Підбір літератури за темою дослідження та її аналіз	21.09.2018	
6.	Підготовка теоретичного розділу та погодження його змісту з науковим керівником	12.10.2018	
7.	Проведення аналізу об'єкта економічного дослідження	02.11.2018	
8.	Узагальнення результатів аналізу та виявлення невикористаних резервів у діяльності досліджуваного об'єкту	06.11.2018	
9.	Завершення підготовки другого розділу	08.11.2018	
10.	Розробка та обґрунтування удосконалень, які є основою третього, рекомендаційного розділу	23.11.2018	
11.	Узагальнення отриманих наукових результатів всієї роботи та підготовка загальних висновків	30.11.2018	
12.	Оформлення магістерської дисертації та перевірка її науковим керівником	02.12.2018	
13.	Доопрацювання магістерської дисертації задля усунення виявлених керівником недоліків	04.12.2018	
14.	Проведення попереднього захисту та оформлення відгуку науковим керівником	06.12.2018	
15.	Подання магістерської дисертації для перевірки на плагіат і проходження нормоконтролю	08.12.2018	
16.	Надання магістерської дисертації рецензенту. Підготовка рецензентом офіційної рецензії за встановленим зразком.	10.12.2018	
17.	Підготовка доповіді та наочних матеріалів до захисту	15.12.2018	

18.	Захист магістерської дисертації перед ЕК	згідно із затвердженим графіком	
-----	---	------------------------------------	--

Студент

Науковий керівник
магістерської дисертації

(підпис)

(підпис)

К.Р. Зінченко
(ініціали, прізвище)

О.О. Охріменко
(ініціали, прізвище)

РЕФЕРАТ

Сторінок 102	Рисунків 9	Таблиць 12	Додатків 0
--------------	------------	------------	------------

Дослідження на прикладі:	Автомобілебудування світу та підприємств, що здійснюють діяльність у данній сфері
Мета дослідження:	Теоретичне обґрунтування, вироблення науково-методичних засад і практичних пропозицій, спрямованих на вдосконалення інноваційної політики автомобільних компаній в умовах низьковуглецевої економіки.
Завдання дослідження	<ul style="list-style-type: none"> - Визначено місце інновацій у низьковуглецевій економіці. - Окреслено сутнісні аспекти інноваційної політики. - Визначено методичні підходи до обґрунтування механізму розробки та реалізації інноваційної політики. - Проаналізовано показники країн з низьковуглецевою економікою. - Представлено оцінку стану та тенденцій розвитку автомобільних корпорацій. - Здійснено аналіз результативності інноваційної політики автомобільних корпорацій. - Визначено напрями коригування цілей інноваційної політики. - Окреслено перспективи модернізації процесів імплементації інноваційної політики в діяльність корпорацій. - Розроблено прогноз результативності впливу оновленої інноваційної політики на формування низьковуглецевої економіки.
Предмет дослідження:	Теоретичні, методологічні та прикладні аспекти удосконалення інноваційної політики автомобільних компаній в умовах низьковуглецевої економіки.
Об'єкт дослідження:	Інноваційна діяльність світових автомобільних корпорацій
Наукова новизна	<p><i>удосконалено:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - удосконалено науково-методичний підхід до обґрунтування механізму розробки та реалізації інноваційної політики світових автомобільних корпорацій в умовах низьковуглецевої економіки шляхом коригування цілей інноваційної політики автомобільних корпорацій та усунення проблем в процесі імплементації політики в діяльність компаній. <p><i>отримали подальший розвиток:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - поняття як «інноваційна політика» та «низьковуглецева економіка»; - розробка та реалізації інноваційних стратегій розвитку автомобільної компанії в умовах посилення конкуренції в галузію.

Ключові слова: інноваційна політика, низьковуглецева економіка, «зелена економіка», SPACE-аналіз, регресійний аналіз.

АНОТАЦІЯ

Магістерська дисертація присвячена дослідженню організації функціонування світового автомобільного ринку. Визначено місце інновацій у низьковуглецевій економіці. Проаналізовано методичні підходи до аналізу міжнародної взаємодії підприємств. Окреслено сутнісні аспекти інноваційної політики. Визначено методичні підходи до обґрунтування механізму розробки та реалізації інноваційної політики. Визначено напрями коригування цілей інноваційної політики. Окреслено перспективи модернізації процесів імплементації інноваційної політики в діяльність корпорацій. Розроблено прогноз результативності впливу оновленої інноваційної політики на формування низьковуглецевої економіки.

ABSTRACT

The master's dissertation is devoted to research of organization of functioning of the world automobile market. The place of innovations in the low carbon economy is determined. The methodical approaches to the analysis of international cooperation of enterprises are analyzed. Essential aspects of innovation policy are outlined. The methodical approaches to the substantiation of the mechanism of development and implementation of innovation policy are determined. The directions of adjusting the goals of innovation policy are determined. The prospects of modernization of the processes of implementation of innovation policy in the activity of corporations are outlined. The forecast of the impact of the updated innovation policy on the formation of low carbon economy is developed.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	11
РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПОЛОЖЕННЯ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УМОВАХ НИЗЬКОВУГЛЕЦЕВОЇ ЕКОНОМІКИ.....	15
1.1. Місце інновацій у низьковуглецевій економіці.....	15
1.2. Сутнісні аспекти інноваційної політики.....	27
1.3. Методичні підходи до обґрунтування механізму розробки та реалізації інноваційної політики	34
Висновки до першого розділу.....	43
РОЗДІЛ 2. ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ АВТОМОБІЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ В УМОВАХ НИЗЬКОВУГЛЕЦЕВОЇ ЕКОНОМІКИ.....	45
2.1. Ідентифікація країн з низьковуглецевою економікою.....	45
2.2. Стан та тенденції розвитку автомобільних корпорацій.....	53
2.3. Результативність інноваційної політики автомобільних корпорацій.....	63
Висновки до другого розділу.....	70
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ АВТОМОБІЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ.....	72
3.1. Коригування цілей інноваційної політики.....	72
3.2. Модернізація процесів імплементації інноваційної політики в діяльність корпорацій.....	78
3.3. Аналіз результативності впливу оновленої інноваційної політики автомобільних компаній США в умовах низьковуглецевої економіки.....	86
Висновки до третього розділу.....	89
ВИСНОВКИ.....	91
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	95

ВСТУП

Актуальність дослідження. В даний час екологічна проблема вийшла на глобальний рівень. Зростання популярності концепції низьковуглецевої або ж «зеленої економіки» багато в чому викликаний численними кризами, з якими зіткнувся світ в останні роки, – перш за все, кліматичних, екологічних, продовольчих, фінансових та економічних. Перехід до зеленої економіки є неминучим напрямком розвитку, який вимагає активізації зусиль щодо підвищення екологічності економік всіх країн світової економіки. У зв'язку з цим представляється важливим визначення відмінностей і подібності національних законодавств, розробка і прийняття національних законодавчих актів, що регулюють вуглецеві викиди. При цьому необхідно зазначити, що перехід до «зеленого» зростання повинен здійснюватися з урахуванням національних інтересів та можливостей окремих економік.

Будь-яка галузь, переходячи на високотехнологічний розвиток, починає в прискореному темпі розвивати інновації. Якщо компанія не розвиває інновації, це зроблять її конкуренти, а компанія залишиться за бортом протягом одного технологічного циклу. Культура прискореного інноваційного зростання має спільні риси для всіх технологічних галузей, хоча може змінюватися від однієї компанії до іншої. Майбутнє машинобудування – за новими споживчими технологіями і хмарними обчислювальними системами. Однак найбільші автомобільні компанії недостатньо швидко освоюють проривні рішення.

Автомобілебудування як і раніше залишається однією з найбільш привабливих галузей світової економіки, і в умовах високої конкуренції між автовиробниками різних країн саме інноваційність виступає в якості першорядного чинника забезпечення конкурентоспроможності продукції автопрому. Зважаючи на вищенаведені твердження, актуальність обраної тематики дослідження не викликає сумнівів.

Проблематику побудови та реалізації інноваційної політики, зокрема з урахуванням екологічного фактору, досліджували як вітчизняні, так і зарубіжні вчені. Серед вітчизняних вчених варто відзначити праці: С. В. Войтко, Т. Є. Моїсеєнко, І. Ю. Мельник, К. О. Бояринова, А. С. Коломієць, Л. Л. Антонюк, І. Бойко, І. П. Гайдуцький, Т. І. Грицюк, К. В. Дуб, Н. М. Жилияєва, Н. В. Караєва, Л. Г. Ковалевський, Л. В. Лебедева, В. М. Лисюк, М. Й. Малік, О. Б. Мних, І. В. Одотюк, О. П. Савич, А. І. Сухоруков, Л. І. Федулова, О. С. Чмир, О. М. Шкільнюк, В. Штець та багатьох інших. Не зважаючи на значну кількість наукових праць та доробок, все ще мало дослідженими залишаються питання ефективності інтеграційних процесів, зокрема в енергетичній галузі.

Метою магістерської дисертації є теоретичне обґрунтування, вироблення науково-методичних засад і практичних пропозицій, спрямованих на вдосконалення інноваційної політики автомобільних компаній в умовах низьковуглецевої економіки.

Відповідно до поставленої мети в роботі було визначено і вирішено такі **завдання**:

- Визначено місце інновацій у низьковуглецевій економіці.
- Окреслено сутнісні аспекти інноваційної політики.
- Визначено методичні підходи до обґрунтування механізму розробки та реалізації інноваційної політики.
- Проаналізовано показники країн з низьковуглецевою економікою.
- Представлено оцінку стану та тенденцій розвитку автомобільних корпорацій.
- Здійснено аналіз результативності інноваційної політики автомобільних корпорацій.
- Визначено напрями коригування цілей інноваційної політики.
- Окреслено перспективи модернізації процесів імплементації інноваційної політики в діяльність корпорацій.

— Розроблено прогноз результативності впливу оновленої інноваційної політики в умовах низьковуглецевої економіки.

Об'єктом дослідження є інноваційна діяльність світових автомобільних корпорацій .

Предметом дослідження є теоретичні, методологічні та прикладні аспекти удосконалення інноваційної політики автомобільних компаній в умовах низьковуглецевої економіки..

Для досягнення мети та вирішення основних задач магістерської дисертації застосовані різноманітні **методи дослідження**. До основних загальнонаукових методів дослідження, які використані автором, відносяться: діалектичний метод пізнання; логічний та формально-логічний методи; метод порівняння, узагальнення, систематизації та синтезу; групування, статистичні, математичні, графічного аналізу; системний і комплексний підходи, економіко-статистичні, методи прогнозування.

Теоретико-інформаційну основу дослідження становлять праці вітчизняних та зарубіжних вчених, нормативно-правові акти, наукові статті фахового спрямування з періодичних видань, актуальна інформація з мережі Інтернет, дані з офіційних сайтів органів державного управління.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у дослідженні розвитку теоретичних засад розробки та реалізації інноваційних стратегій розвитку автомобільної компанії в умовах низьковуглецевої економіки. Положення магістерської дисертації, що визначають її наукову новизну і виносяться на захист, полягають у наступному:

- отримали подальший розвиток такі поняття як «інноваційна політика» та «низьковуглецева економіка»;

- удосконалено науково-методичний підхід до обґрунтування механізму розробки та реалізації інноваційної політики світових автомобільних корпорацій в умовах низьковуглецевої економіки шляхом коригування цілей інноваційної політики автомобільних корпорацій та усунення проблем в процесі імплементації політики в діяльність компаній.

Практичне значення одержаних результатів. Сформульовані та обґрунтовані в магістерській дисертації наукові положення можуть бути використані для підвищення ефективності діяльності автомобільних компаній. Зокрема, надані рекомендації можуть бути застосовані при формування інноваційної політики.

Апробація результатів магістерської дисертації та публікації. Основні положення магістерської дисертації прийняті до друку у збірнику наукових праць «Новий погляд на розвиток економіки країни» (м. Харків, 2018 р.) та у II Міжнародній науково-практичній конференції «Роль інновацій в трансформації образу сучасної науки» (м. Київ, 2018 р.).

Структура та обсяг роботи. Магістерська дисертація обсягом 102 сторінок, складається із вступу, трьох розділів, висновків, містить перелік використаних джерел із 81 найменування. Магістерська робота ілюстрована 8 рисунками і містить 10 таблиць.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПОЛОЖЕННЯ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В УМОВАХ НИЗЬКОВУГЛЕЦЕВОЇ ЕКОНОМІКИ

1.1. Місце інновацій у низьковуглецевій економіці

У ринкових умовах господарювання інноваційні процеси (явища) в розвитку економіки будь-якої галузі народного господарства мають вирішальне значення. Всю сукупність процесів і явищ, що відбуваються в виробничій сфері господарювання, умовно поділяють на дві групи – традиційні та інноваційні. Традиційні процеси і явища, що відбуваються в виробничій діяльності, характеризують звичайне функціонування підприємств і галузей народного господарства країни, а інноваційні – розвиток на якісно новому рівні.

Саме слово “інновація” походить від латинського “інноваре” (“відновлення”, “оновлення”). Англійське слово та поняття “innovation” відповідає нашому “введення нового” чи “введення новацій”. Тобто практичне використання новації з моменту її виробництва та розповсюдження у якості нових продуктів або послуг є нововведенням (інновацією). Під новацією розуміється новий порядок, новий звичай, новий метод, винахід, нове явище (відкриття).

Згідно [29] розрізняють лише два підходи до визначення поняття «інновація»:

- інновація розглядається як результат творчої діяльності;
- інновація представляється як процес впровадження нововведень.

Подібні два підходи у трактуванні терміну «інновація» також виділяють М. Є. Глущенко та О. Н. Нарезнєв [11]. Процесний підхід в них позиціонує інновації як процес реалізації ідеї та її перетворення у готовий результат (або окремі стадії цього процесу – освоєння, впровадження,

комерціалізація, використання), а об'єктний підхід представляє інновації як кінцевий результат, впроваджений об'єкт.

Слід зазначити, що коли австрійський економіст Й. Шумпетер у 1939 р. у роботі “Кон'юнктурні цикли” уперше вжив термін “Інновація”, то під інноваціями він розумів “зміни з метою впровадження та використання нових видів споживчих товарів, нових виробничих та транспортних засобів, ринків та форм організації у виробництві [67]. Й. Шумпетер розглядав інновацію як нову науково-організаційну комбінацію виробничих чинників, створену підприємницьким духом; втілення наукового відкриття, технічного винаходу в новій технології або новому виді виробу; нову функцію виробництва, що означає іншу якість засобів виробництва, яка досягається не шляхом дрібного поліпшення старого устаткування чи наявної організаційної схеми, а через введення нових засобів виробництва чи систем його організації. При цьому він розглядав інновації саме в динаміці, тобто як інноваційні процеси (виготовлення нового продукту, а не “новий продукт”; впровадження нового методу, а не “новий метод”; освоєння нового ринку; отримання нового джерела сировини; проведення реорганізації).

Інновації – це кінцевий результат інноваційної діяльності, у вигляді нового чи удосконаленого продукту або технологічного процесу, який наділено якісними перевагами при використанні та проектуванні, виробництві, збуті, використовується у практичній діяльності та має суспільну перевагу.

Термін «інновація» почав застосовуватись у вітчизняній літературі пізніше, ніж за кордоном. У 1990 р. цього терміну ще не було. За кордоном це поняття виникло на початку ХХ століття і отримало подальший розвиток та аналіз у 30-х роках. Найбільш інтенсивно проблема інновацій та їх оцінки почала розвиватися у 60-х роках минулого століття у зв'язку із різким зростанням масштабу та складності виконуваних НДР та ДКР, особливо у авіакосмічній, атомній та радіоелектронній промисловості, при розвитку біотехнологій [22].

На думку українських авторів Л.Антонюк, А.Поручника та В.Савчука [26, с. 13] залежно від об'єкта і предмета дослідження інновації можна розглядати: як зміни (Й. Шумпетер, Ю.Яковець та інші); як процес (Д.Тідд, Д.Бессант, К.Павітт, Б.Твісс, Б.Санто, українські економісти І.Школа, І.Будникевич, О.Лапко, Д.Черваньов, Л.Нейкова та ін.); як результат (Х.Рігс, В.Хіппель, Р.Фатхутдінов, С.Покропивний). Крім того, можна виділити два підходи до визначення інновацій: вузький і широкий. Згідно з першим інновація ототожнюється з новою технікою, технологією, промисловим виробництвом (Б.Твісс, Б. Санто, Ю. Яковець, В.Хіппель, Х.Рігс та ін.). У широкому розумінні інновації розглядаються як прибуткове використання ідей, винаходів у вигляді нових продуктів, послуг, організаційно-технічних і соціально-економічних рішень виробничого, фінансового, комерційного характеру (М.Портер, П.Друкер, Д.Тідд, Д.Бессант, К.Павітт, Ю.Морозов та ін.). Отже, інновації можна трактувати в трьох аспектах: інновація в широкому значенні – як будь-яка зміна, що підвищує конкурентоспроможність суб'єктів господарювання; інновація у вузькому значенні – як процес трансформації наукових досягнень у виробництво; інновація, яка впроваджена в господарську практику [3].

Інші українські автори – Н.Чухрай та Р.Патора [58, с. 27] виділяють такі трактування поняття „інновація”:

1) етимологічне – П. Друкер: „інновація – мистецтво надання ресурсам нових можливостей для створення цінностей”;

2) комерційне: Б. Твісс ототожнював нововведення з інновацією: „нововведення – застосування, тобто процес, у якому дослідження або ідея набувають економічного змісту; науково-технічні інновації – це матеріалізація нових ідей і знань, відкриттів, винаходів і науково-технічних розробок у процесі виробництва з метою їх комерційної реалізації для задоволення відповідних потреб споживачів на ринку;

3) функціональне: інновація – це також зміна в процесах (старі товари виготовляються новими способами). Ю. Бажал: „Інновація як економічна

категорія – нова функція виробництва”; це зміна технології виробництва; стрибок від старої виробничої функції до нової [5, с. 2];

4) статичне: Рекомендації Фраскати (1993) та „Методика збирання даних щодо технологічних інновацій” (1992) в Осло: „інновація – це кінцевий результат інноваційної діяльності, що знайшов втілення у вигляді нового або вдосконаленого продукту, впровадженого на ринку, нового або вдосконаленого технологічного процесу, що використовується в практичній діяльності або в новому підході до соціальних послуг;

5) процесне – О. Лапко: „інновація це „інноваційний процес”, інноваціювання, отже, інновація – комплексний процес, котрий включає в себе створення, розробку, доведення до комерційного використання і розповсюдження нового технологічного або якогось іншого рішення (новації), що задовольняє певну потребу [27, с. 38];

б) з точки зору конкурентної переваги – перше видання української економічної енциклопедії: „інновація – це новий підхід до конструювання виробництва, збуту товарів, завдяки якому інноватор та його компанія здобувають перевагу над конкурентами” [53].

Відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 р. № 40-IV під інноваціями слід розуміти новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери [20].

Інноваціями вважаються вкладення інвестиційного капіталу в нововведення, які призводять до кількісних або якісних змін у підприємницькій (виробничій) діяльності. Як правило, інноваціям передують науково-технічна діяльність, пов'язана з появою нововведення. Ідея нововведення може виникнути у вигляді інвенції, ініціації або дифузії інновації.

Значення терміну «інновація» залежить від конкретної цілі дослідження, вимірювання або аналізу об'єкту. У зв'язку з цим розрізняють такі основні типи інновацій [7]:

1. Товарна – введення нового продукту;
2. Технологічна – введення нового методу виробництва;
3. Ринкова – це створення нового ринку товарів або послуг;
4. Маркетингова – освоєння нового джерела постачання сировини або напівфабрикатів;
5. Управлінська – реорганізація структури управління;
6. Соціальна – впровадження заходів щодо покращення життя населення;
7. Екологічна – впровадження заходів щодо охорони навколишнього середовища.

Інновації класифікуються за [17]:

1. Результатами (наукові, технічні, конструкторські, виробничі, інформаційні);
2. Темпами впровадження (стрибкоподібні, швидкі, зростаючі, уповільнені, затухаючі);
3. Масштабами (глобальні, транснаціональні, регіональні, місцеві);
4. Результативністю (зростаючі, високі, низькі, стабільні);
5. Характером ефективності (фінансові, бюджетні, економічні, соціальні);
6. Розповсюдженням (одиничні, дифузійні);
7. Охопленням ринку (локальні, системні, стратегічні);
8. Глибиною внесених змін (радикальні, базові, покращуючі, модифікаційні);
9. Місцем у виробничому процесі (сировинні, технологічні, продуктові).

Інновації можна також розглядати і як вкладення інвестиційного капіталу в нововведення, які приводять до кількісних або якісних змін в

підприємницькій діяльності. Інноваціям передують науково-виробнича діяльність, пов'язана з появою нововведення. Ідея нововведення може бути зароджена у вигляді [28]:

1. Іntenції – ідеї, пропозиції або проекту, які після опрацювання перетворюються в інновацію.

2. Ініціації – рекомендації щодо удосконалення науково-технічної, організаційної, виробничої або комерційної діяльності, метою яких є початок інноваційного процесу або його розвиток.

Дифузія – процес передачі нововведення по комунікаційним каналам між членами соціальної системи в часі. Нововведеннями можуть виступати ідеї, технології тощо, які є новими для суб'єкта господарювання. Це означає, що дифузія інновації – це розповсюдження вже одного разу освоєної й впровадженної інновації у нових умовах [32].

У реальних інноваційних процесах швидкість дифузії нововведення залежить від таких факторів:

- спосіб передачі інформації;
- форма прийняття рішення;
- властивості соціальної системи;
- властивості самого нововведення.

Підготовка, обґрунтування, освоєння й контроль за впровадженням нововведення є інноваційною діяльністю.

Інноваційна діяльність – це діяльність, що спрямована на використання й комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів та послуг. Вона включає в себе [57]:

- випуск та розповсюдження нових видів техніки та технологій,
- прогресивні міжгалузеві структурні зрушення;
- реалізацію довгострокових науково-технічних програм із тривалими термінами окупності витрат;

- фінансування фундаментальних досліджень для здійснення якісних змін у виробничих силах країни,
- розробку й впровадження нових ресурсозберігаючих, технологій, спрямованих на покращення соціального стану населення, екологічної ситуації тощо.

Проблема зниження викидів парникових газів включає міжнародне співробітництво та проведення різнопланових заходів усередині країни щодо запобігання зміні клімату шляхом обмеження і скорочення антропогенних викидів парникових газів і захисту та підвищення якості поглиначів і накопичувачів парникових газів.

Значна частина загальновідомих визначень ув'язує «зелену» економіку з соціальною справедливістю, зниженням негативного впливу на навколишнє природне середовище та підвищенням ефективності використання природних ресурсів. За визначенням, яке міститься в доповідях ЮНЕП «Зелена» економіка – це економіка з низькими викидами вуглецевих сполук, яка ефективно використовує ресурси і відповідає інтересам всього суспільства. Низьковуглецеве зростання є складовою частиною «зеленої» економіки та СР держав. Низьковуглецевий розвиток – це стратегія країни, що об'єднує пріоритети в сфері зміни клімату та пріоритети національного економічного розвитку [10]. У «зеленій» економіці, на переконання ЮНЕП, зростання доходів і зайнятості мають забезпечуватись державними і приватними інвестиціями, які призводять до зменшення викидів вуглецю і забруднення навколишнього середовища, підвищення ефективності використання ресурсів, запобігають втраті біорізноманіття та сприяють розширенню екосистемних послуг.

Сам термін низьковуглецевий розвиток був вперше запропонований у ході переговорів щодо Рамкової конвенції ООН про зміну клімату у квітні 2008 року. Основна ідея цієї стратегії – сталий розвиток країни паралельно зі скороченням викидів парникових газів, зокрема двоокису вуглецю (CO₂). Це досягається шляхом впровадження енергоефективних заходів та заміни

використання в викопного палива на відновлювальні джерела енергії. Саме керуючись цим принципом європейські країни формують рівень життя для своїх громадян. Адже економічний розвиток держави, який підкріплюється збереженням довкілля, дає змогу жити не тільки якісно (що позначається на рівні життя), а й довше, оскільки зменшується кількість захворювань, які виникають внаслідок екологічних проблем [51].

З аналізу останніх досліджень і публікацій зроблено важливий висновок, що сталий низьковуглецевий розвиток ґрунтується на двох важливих принципах [8, с. 15].

Перший. Розмежування в теоретичному і практичному аспектах економічного зростання та зростання викидів парникових газів, оскільки споживання енергії для сталого низьковуглецевого розвитку – ці дві тенденції – несумісні.

Другий. Досягнення ключових економічних цілей сталого розвитку за умови і за рахунок скорочення споживання природних ресурсів та викидів парникових газів. Обидва принципи можуть бути реалізовані шляхом широкомасштабної модернізації та впровадження технологічних інновацій і в обох випадках їх індикатором є зниження вуглецеємності економіки.

Основні засади «зеленої» економіки можна відобразити в трьох аспектах [9, с. 17]:

1. Економічний – Забезпечує економічне зростання, збільшення обсягу доходів і зайнятості, залучення державних та приватних інвестицій, формування гнучкої економіки, створення нової економічної діяльності.

2. Соціальний – Передбачає досягнення людством добробуту, соціальної справедливості, кращої якості життя, соціального розвитку, скорочення соціальної нерівності, справедливого доступу до обмежених ресурсів, задоволення потреб жінок і молоді.

3. Екологічний – Орієнтується на скорочення екологічних ризиків, дефіциту, викидів вуглекислого газу в атмосферу і забруднення довкілля; на підвищення ефективності використання ресурсів та енергії; на запобігання

втрати біорозмаїття та екосистемних послуг у межах екології планети; вимагає від усіх суб'єктів господарювання екологічної відповідальності та обмеження навантаження на екологічну систему.

Фактично «зелену» економіку слід розглядати як шлях до сталого розвитку. Мета «зеленої» економіки – формування дієвого середовища для економічного і соціального прогресу, що базується на мінімізації негативного впливу на довкілля та ефективному використанні природних ресурсів при збереженні гідного рівня життя населення. Ця мета реалізується через цілі нижчого порядку (підцілі), до яких відносяться [65, с. 56]:

- захист, збереження, відтворення природних ресурсів і недопущення безповоротної втрати біорізноманіття шляхом мінімізації негативного антропогенного впливу на оточуюче середовище, збереження та відтворення зелених насаджень, забезпечення цілісності екосистем, підвищення якості природних ресурсів тощо;

- підвищення ресурсоефективності (збільшення продуктивності залучених у господарський обіг природних ресурсів і зменшення обсягу відходів завдяки впровадженню замкнутого циклу виробництва та максимально повній утилізації відходів), з переорієнтацією на переважне використання відновлювальних ресурсів;

- економічний розвиток на основі структурних змін, що ведуть до підвищення ваги «зелених» секторів з відповідним скороченням «коричневих»;

- забезпечення соціального прогресу в «зеленому» сегменті економіки – створення «зелених» робочих місць, зростання доходів населення, отриманих за рахунок зайнятості у «зеленому» секторі економіки, підвищення якості товарів та послуг за рахунок надходження на ринок «зеленої» продукції тощо.

Названі цілі тісно взаємопов'язані між собою, адже реалізація однієї з них забезпечує прогрес щодо інших. Наприклад, структурна трансформація економіки за рахунок зростання частки «зелених» секторів і відповідного

скорочення «коричневих» забезпечує створення «зелених» робочих місць та формує гідні умови життя населення, призводить до збільшення виробництва та споживання «зелених» товарів, що в сукупності дозволяє зменшити негативний вплив на довкілля, підвищити ефективність використання ресурсів тощо. Отже, цілі «зеленої» економіки знаходяться в органічній єдності та забезпечують досягнення загальної мети.

«Зелена» економіка формується з урахуванням певної системи принципів, які також трактуються по різному дослідниками, міжнародними організаціями й національними документами. У Декларації Конференції Організації Об'єднаних Націй з проблем навколишнього середовища, підписаної за результатами проведення у Стокгольмі з 5 по 16 червня 1972 р. конференції з проблем навколишнього середовища, було вперше визначено 26 принципів подальшого розвитку, до яких відносяться [70]:

- свобода, рівність і сприятливі умови життя для людини в навколишньому середовищі;
- охорона природних ресурсів в інтересах теперішнього і майбутніх поколінь;
- підтримка, відновлення і поліпшення природних ресурсів землі;
- пріоритетність питань охорони природного середовища при плануванні економічного розвитку;
- обережне і максимально корисне використання непоновлювальних ресурсів Землі;
- скорочення парникових та інших шкідливих викидів;
- запобігання забрудненню морів;
- економічний і соціальний розвиток з метою поліпшення якості життя;
- фінансова і технічна допомога країнам, що розвиваються з метою подолання екологічних і стихійних лих;
- стабільність цін на сировинні ресурси у країнах, що розвиваються;
- встановлення міжнародних екологічних стандартів, які можуть бути дотримані країнами з різним рівнем економічного розвитку;

- надання (за необхідності) країнам фінансової та технічної допомоги на забезпечення доступності ресурсів і їх збереження;
- комплексне планування розвитку країн з метою забезпечення раціонального управління ресурсами;
- раціональне планування, спрямоване на досягнення балансу між потребами розвитку і захисту навколишнього середовища;
- планування урбанізації населених пунктів з метою уникнення негативного впливу на оточуюче середовище;
- контроль демографічної ситуації;
- планування, управління та регулювання якості природних ресурсів;
- використання надбань науки і техніки для запобігання і боротьби з екологічними ризиками та вирішення екологічних проблем;
- екологічна освіта та доступ населення до інформації;
- стимулювання наукових досліджень в екологічній сфері і на національному, і на міжнародному рівні;
- ненанесення екологічної шкоди іншим державам у процесі організації діяльності в межах власної юрисдикції країн;
- розвиток міжнародного права в контексті встановлення відповідальності й компенсації шкоди жертвам забруднення;
- узгодженість міжнародних і національних стандартів;
- міжнародне співробітництво в межах багатосторонніх і двосторонніх угод для ефективного контролю, запобігання, скорочення та усунення негативного впливу на навколишнє природне середовище;
- координаційна роль міжнародних організацій у галузі захисту і поліпшення стану навколишнього середовища;
- незастосування ядерної зброї та всіх інших засобів масового знищення.

Наведений перелік принципів свідчить про тісний зв'язок між економічним та соціальним розвитком при одночасному дотриманні екологічної безпеки, розвитку міжнародного співробітництва, взаємної

відповідальності країн за результати діяльності, прийняття єдиних екологічних стандартів.

З метою формування цілей, принципів і завдань впровадження та розвитку концепції “зеленої економіки» необхідною є побудова ефективної системи регулювання “зеленого» напрямку економіки. На нашу думку, можна виділити три основні групи інструментів регулювання “зеленої» економіки: економічні, маркетингові та корпоративні. Науковці виділяють чимало економічних інструментів для переходу на засади “зеленої» економіки, а саме [71, с. 158; 10]:

- екологічні податки та податкові пільги;
- державні та приватні інвестиції у “зелене» підприємництво;
- запровадження субсидій на екологічне виробництво та відповідне скасування на ресурсомісткі виробництва; - усунення торгових бар’єрів для товарів і послуг.

До інновацій в низьковуглецевій економіці можна віднести наступні процеси [80]:

- розроблення, створення і впровадження нових технологічних процесів і циклів розроблення добування ресурсів, їхнього перероблення, використання відходів і відтворення цих ресурсів;
- розроблення й використання ресурсозберігаючої техніки, впровадження маловідходних і безвідходних технологій;
- освоєння нових територій, а також розширення тих, що діють, з урахуванням екологічної безпеки населення і виробництва;
- розроблення і випуск нових екологічно чистих продуктів і створення потужностей для їх виробництва, розроблення варіантів використання нових і поновлюваних джерел енергії;
- формування нового мислення у розробників інновацій з точки зору необхідності їх екологізації шляхом впровадження обов’язкової екологічної освіти та ін.

Європейська комісія надає приклади таких інновацій у проекті нової безвідходної програми для Європи [81]:

- зменшення кількості матеріалів, необхідних для надання певної послуги;
- подовження терміну експлуатації продукту (довговічність);
- зниження витрат енергії і матеріалів у виробництві (ефективність);
- заміна небезпечних матеріалів у виробі і виробничих процесах;
- створення ринків вторинної сировини (через стандарти, державні закупівлі);
- проектування (дизайн), яке сприяє більш легкому обслуговуванню, ремонту, модернізації, повторному використанню або переробці виробів (екодизайн);
- розробка необхідних послуг для споживачів (технічне обслуговування, ремонт);
- заохочення споживачів до зменшення відходів і їхнього якісного сортування;
- сприяння у кластеризації діяльності, спрямованої на запобігання перетворенню побічних продуктів на відходи (промисловий симбіоз);
- запровадження оренди/колективного використання послуг як альтернативи володінню товарами (вартість, захист, умови постачання, страхування тощо).

1.2. Сутнісні аспекти інноваційної політики

Термін «інноваційна політика» уперше був використаний у доповіді «Технологічні нововведення: управління й умови здійснення» (так звана «доповідь Charpie»), підготовленій Міністерством торгівлі США в 1967 р., але зміст поняття «інноваційна політика» як напрям державної політики стимулювання та підтримки інноваційних процесів у національній економіці в цій доповіді не був розкритий [15, с. 65].

А. П. Бердашкевича наголошував, що державна інноваційна політика є невід'ємною частиною державної політики, що спрямовується з урахуванням відповідних пріоритетів, які встановлені органами державної влади та реалізуються за допомогою взаємопов'язаних економічних, нормативно-правових та інших механізмів державної підтримки [2]. Л. П. Гончаренко наголошує, що державна інноваційна політика – це складова соціально-економічної політики, спрямованої на розвиток і стимулювання інноваційної діяльності, під якою розуміється створення нової або удосконаленої продукції, нового або удосконаленого технологічного процесу, що реалізуються з використанням наукових досліджень, розробок, дослідно-конструкторських робіт або інших науково-технічних досягнень [13, с. 65].

Інноваційна політика держави спрямована на господарське використання науково-технічного потенціалу, на зміцнення внутрішніх зв'язків у науково-технічному комплексі. Формування інноваційної політики пов'язане насамперед з переорієнтацією системи державного регулювання на всебічне заохочення підприємництва, приватної ініціативи. Державна інноваційна політика має часовий та просторовий аспекти. Часовий аспект визначає дії держави у сфері інновацій на поточний момент і на довгострокову перспективу. Поточна інноваційна політика полягає в оперативному регулюванні інноваційної діяльності. За своєю сутністю заходи поточної інноваційної політики спрямовані на зміцнення інноваційного потенціалу підприємств, підвищення якості продукції та ефективності виробництва. Довгострокова інноваційна політика націлена, насамперед, на вирішення важливих загальноекономічних, міжгалузевих і внутрігалузевих завдань, які вимагають значних затрат часу, робочої сили та капіталу. Вона охоплює досить великий проміжок часу. Просторовий аспект інноваційної політики визначає дії держави за головними напрямками впливу на економіку країни – щодо створення умов для її загального соціально-економічного розвитку, формування стимулюючого законодавчого та інституційного середовищ для всіх суб'єктів інноваційного процесу.

Необхідність розробки і реалізації державної інноваційної політики, як інструменту активної участі держави в інноваційному процесі, обумовлена декількома моментами. По-перше, процес впровадження інновацій характеризується тривалістю науково–виробничого циклу, високими витратами і невизначеністю кінцевого результату. Ринок не може вирішити проблему довгострокових ризикових інвестицій. Вирішення цих завдань має взяти на себе держава. По-друге, тільки держава може приймати об'ємні довгострокові стратегічні рішення з урахуванням всіх можливих наслідків. У руслі цих рішень розробляються концепції, стратегії, програми, для виконання яких держава передбачає необхідні ресурси. По-третє, держава забезпечує законодавче регулювання інноваційної діяльності, сприяє формуванню інноваційного клімату. По-четверте, у ринковій економіці саме держава зобов'язана брати на себе вибір стратегії та здійснювання інновацій у неринковому секторі: фундаментальна наука, військова наука, екологічний моніторинг, розробка і реалізація великих інвестиційних проектів загальнонаціонального значення та ін., тобто тих сферах, які відіграють значну роль у життєдіяльності країни і забезпеченні її безпеки. По-п'яте, лише держава здатна ініціювати і здійснювати освоєння і поширення базисних інновацій, беручи на себе стартові вкладення в освоєння нових поколінь техніки і технологій. Для вирішення цієї проблеми держава може вступати в партнерські відносини з приватним бізнесом, поступово збільшуючи його частку і передаючи в його ведення потік поліпшуваних інновацій. По-шосте, обов'язок держави – сприяти створенню інноваційної інфраструктури. По-сьоме, безпосередньою турботою держави є підготовка кадрів для інноваційної діяльності з одночасною мотивацією праці учених, конструкторів, інженерів; забезпечення інтеграції академічних і галузевих інститутів і інноваційно–активних підприємств.

Об'єктами державної інноваційної політики виступають інноваційні процеси, пріоритетні напрями яких встановлені законодавством, і відповідні сегменти їх перебігу у сфері інноваційної діяльності. Суб'єктами державної

інноваційної політики стають відповідно усі учасники інноваційних процесів на будь-якій їх фазі, якщо вони є провідниками державної інноваційної політики, зокрема, органи державної влади, що здійснюють підтримку їх генерації, розвитку та поширення в усіх галузях національної економіки [15, с. 147].

Державна інноваційна політика має багатофункціональне призначення, що полягає, зокрема:

- за господарською функцією – у введенні у господарський обіг об'єктів прав інтелектуальної власності, створених у науково-технічній сфері діяльності з метою їх комерціалізації або отримання соціально-економічного ефекту;

- за гуманітарною функцією – у сприянні розвитку творчого потенціалу людини, як головного суб'єкта інноваційних процесів та їх ініціатора;

- за економічною функцією – у забезпеченні економічного розвитку та конкурентоспроможності підприємств, галузей, регіонів, національної економіки на базі інноваційної модернізації чи реструктуризації сфер науково-технологічної, освітньої та виробничої діяльності;

- за пізнавальною функцією – у сприянні продукуванню нових знань прикладного характеру та розробленню передових технологій;

- за соціальною функцією – у забезпеченні продукування суспільно корисних благ нової якості.

Метою інноваційної політики провідних країн світу є сприяння розвитку науки й техніки, підвищення інноваційної активності, що забезпечує конкурентоспроможність національної продукції на світовому ринку, обороноздатність країни, покращує екологічну ситуацію, а також сприяє розвитку венчурного довгострокового бізнесу. Виходячи з цієї мети, держава визначає пріоритетні напрями розвитку інноваційної діяльності та обирає основні шляхи підтримки підприємств, які працюють над виконанням державних інноваційних програм.

Пріоритетні напрями – це тематичні сфери науки і техніки, які мають першочергове значення для досягнення перспективних і поточних цілей соціально-економічного розвитку. Вони формуються під впливом національно-економічних, політичних, екологічних та інших чинників. Залежно від масштабу вирізняються глобальні (загальносвітові), міжнародні (система країн) і національні (окремі країни) пріоритети розвитку науки й техніки [18, с. 76].

Набір методів і засобів державної інноваційної політики досить широкий. Це різні державні заходи, які стимулюють інноваційну активність бізнесу; коригування податкового, патентно-ліцензійного законодавства; амортизаційних відрахувань; регулювання передавання технології; система контрактних взаємовідносин; зняття ряду обмежень щодо охорони навколишнього середовища, антитрестівського законодавства; різні форми підтримки міжорганізаційної кооперації та малого інноваційного бізнесу [18, с. 68].

В таблиці 1.1 представлено основні принципи інноваційної політики держави.

Таблиця 1.1

Основні принципи інноваційної політики

№ з/п	Принцип
1	урядова підтримка фундаментальних досліджень
2	пріоритет інновацій над традиційним виробництвом
3	свобода наукової і науково-технічної творчості
4	правова охорона та патентний захист інтелектуальної власності
5	інтеграція наукової, науково-технічної діяльності й освіти
6	підтримка конкуренції у сфері науки і техніки, інноваційної діяльності
7	концентрація ресурсів на пріоритетних напрямках НДДКР
8	створення загальногосподарського, інноваційного клімату; заохочення відновлення капіталу особливими пільгами при впровадженні нових, що раніше не використовувались у виробництві, видів устаткування, сировини, матеріалів, енергії
9	заохочення розвитку відсталих районів і стримування зростання існуючих агломерацій
10	підготовка та перепідготовки кадрів для нових і новітніх галузей виробництва
11	сприяння розвитку міжнародного наукового співробітництва
12	ефективність (економічність) інноваційних процесів

Джерело: складено за [18; 28]

Досягнення мети та виконання завдань інноваційної політики здійснюються через застосування конкретних методів її реалізації. На рисунку 1.1 представлено функції державної інноваційної політики. Зазначені функції тісно взаємопов'язані і можуть впливати на кінцеві результати здійснюваної інноваційної політики держави. Тому їх реалізація повинна розглядатися як комплексна система, що забезпечує розробку взаємозалежних рішень, кожне з яких вносить свій внесок у загальну результативність діяльності суб'єктів інноваційного процесу. Саме він є сферою реалізації державної інноваційної політики. Слід зауважити, що в умовах становлення ринку цей процес зазнає певні складності і зміни: з циклу впровадження науково-технічних розробок, здійснюваного державою, він перетворюється в багатосуб'єктний процес. Його ланками стають винахідники державної або комерційної структури, маркетинг, інноватор, що представляє переважно приватний капітал і виступає ініціатором і менеджером інноваційного процесу [12].



Рис. 1.1. Функції інноваційної політики держави

Джерело: [12]

Методи реалізації державної інноваційної політики за способом впливу можна поділити на [35]:

- 1) економіко-правові методи, що ґрунтуються на положеннях Конституції, відповідних законів, внутрішньовідомчих, адміністративних розпоряджень;
- 2) державне фінансування наукової сфери;
- 3) контрактна система відносин між суб'єктами інноваційної діяльності та державою;
- 4) податкова система;
- 5) патентно-ліцензійна, антитрестівська політика;
- 6) амортизаційні заходи, субсидії;
- 7) передавання технології;
- 8) підтримка міжорганізаційної кооперації та дрібного інноваційного бізнесу;
- 9) урядові закупівлі;
- 10) розвиток інфраструктури досліджень і розробок.

Сьогодні правові питання регулювання правовідносин в інноваційній сфері вирішуються Цивільним кодексом України, Господарським кодексом України, законами України «Про наукову і науково-технічну експертизу», «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні», «Про інвестиційну діяльність», «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі», «Про охорону прав на промислові зразки», «Про охорону прав на топографії інтегральних мікросхем», «Про фінансовий лізинг», «Про зовнішньоекономічну діяльність» та іншими нормативно-правовими актами.

У підсумку зазначимо, що державна інноваційна політика – система заходів органів держави, метою якої є створення умов для найкращого розвитку інноваційної діяльності суб'єктів господарювання, підвищення конкурентоспроможності національної наукоємної продукції, розроблення й

удосконалення нормативно-правової бази й розвиток інноваційного середовища.

1.3. Методичні підходи до обґрунтування механізму розробки та реалізації інноваційної політики

Аналізуючи різні підходи до осмислення інноваційної діяльності та проведення країнами світу інноваційної політики, можна виділити такі види механізмів. Перші спрямовані на вдосконалення в цілому середовища, в якому відбувається або повинна відбуватися інноваційна діяльність, тобто вони створюють спільні інституційні умови для здійснення інновацій. Назвемо такі механізми «загальними». Інші механізми покликані впливати на будь-яку конкретну сторону НІС або її конкретний сектор, поліпшити окремі елементи інноваційної інфраструктури, тощо. Механізми подібного роду віднесемо до «спеціалізованих». Так чи інакше або національна інноваційна система в цілому, або її окремі частини є об'єктом постійного впливу державної інноваційної політики, тому у світі фахівці (враховуючи досвід регулювання інноваційних процесів країн, що мають різний рівень розвитку економічних систем) виділяють дві полюсні моделі державної участі у поживленні інноваційної діяльності в країні:

– країни, де втручання держави є мінімальним, а всі заходи щодо активізації науково-технологічного розвитку та впровадження інновацій у промисловість ґрунтовані на дії механізму ринкового саморегулювання та самоорганізації;

– країни, де держава є активним учасником ринку інновацій та тим регуляторним органом, на який покладено повноваження щодо управління всією науково-технічною сферою, а саме регулювання має жорсткий директивний характер.

Більшість дослідників і практиків наголошують, що основними проблемами у формуванні інноваційної моделі економічного розвитку національної економіки є [49, с. 17]:

- відсутність стратегії переходу країни до інноваційної моделі розвитку;
- недосконалість нормативно-правової бази регулювання інноваційної діяльності;
- неефективність адміністративно-організаційної структури управління науково(технічною та інноваційною діяльністю);
- слаборозвинена інноваційна інфраструктура, не здатна забезпечити ефективне використання вітчизняного науково-технічного потенціалу, підвищення рівня інноваційності та конкурентоспроможності національної економіки;
- недостатній рівень фінансового забезпечення реалізації державної науково(технічної та інноваційної політики);
- неефективне використання наявних фінансових та інвестиційних ресурсів для реалізації державної науково-технічної та інноваційної політики;
- повільне формування в Україні сучасного і масштабного ринку інноваційної продукції, інфраструктури інноваційної діяльності.

Основними принципами державної інноваційної політики, відповідно до інноваційного законодавства, є [60]:

- орієнтація на інноваційний шлях розвитку економіки;
- визначення державних пріоритетів інноваційного розвитку;
- формування нормативно-правової бази у сфері інноваційної діяльності;
- створення умов для збереження, розвитку і використання вітчизняного науково-технічного та інноваційного потенціалу;
- забезпечення взаємодії науки, освіти, виробництва, фінансово-кредитної сфери в розвитку інноваційної діяльності;
- ефективне використання ринкових механізмів для сприяння інноваційній діяльності, підтримка підприємництва в науково-виробничій сфері;

– уживання заходів на підтримку міжнародної науково-технологічної кооперації, трансферу технологій, захисту вітчизняної продукції на внутрішньому ринку та її просування на зовнішній ринок;

– фінансова підтримка, здійснення сприятливої кредитної, податкової та митної політики у сфері інноваційної діяльності;

– сприяння розвитку інноваційної інфраструктури;

– інформаційне забезпечення суб'єктів інноваційної діяльності;

– підготовка кадрів у сфері інноваційної діяльності.

Доцільно на наш погляд, також виокремити фактори, що впливають на формування механізму інноваційної політики:

- стратегічним характером ІПП;

- системним підходом до формування інноваційної політики;

- безперервністю інноваційної діяльності підприємства;

- нерозривним зв'язком між інноваційною політикою й ринковою ситуацією;

- повнотою охоплення усіх внутрішніх елементів бізнесу інноваційною діяльністю;

- залежністю інноваційної політики від ресурсного потенціалу підприємства;

- нерозривністю інноваційної політики з науково-технічним прогресом.

Світовий досвід здійснення інноваційних перетворень в економіці дозволяє виокремити основні підходи щодо їх реалізації, визначити базові передумови, а також переваги та недоліки від застосування кожного з них.

Основні підходи до реалізації інноваційної політики [46]:

1. Залучення сучасних технологій із-за кордону.

2. Об'єднання зусиль держави й бізнесу в напрямі фінансового забезпечення розвитку власної бази наукових досліджень, що передбачає впровадження нових і вдосконалення наявних технологій з використанням власних науково-технічних і виробничих можливостей на основі принципів державно-приватного партнерства в таких сферах:

- фінансовій (шляхом створення венчурних та інших фондів спільного інвестування);
- науковій (формування технологічних і наукових парків);
- регіональної економіки (у формі інноваційних кластерів);
- соціальній (разом із формуванням виробничої інфраструктури та забезпеченням розвитку базових технологій, за що традиційно відповідає держава).

3. Розбудова переважно інституційного середовища всередині країни. Створені інститути інноваційного розвитку зосереджуються на залученні і розміщенні в національній економіці фінансового, людського, техніко-технологічного капіталу з-за кордону.

Практика управління інноваційними процесами в різних країнах дозволяє виділити основні типи державної інноваційної політики [16].

1. Політика технологічного поштовху. Головні цілі та пріоритетні напрями науково-технологічного та інноваційного розвитку задає держава, на основі чого визначаються методи стимулювання інноваційної діяльності, які мають здійснюватись через удосконалення управління в науково-технологічній та інноваційній сферах. Такий варіант передбачає розроблення різних державних програм, великі капіталовкладення у масштабні інноваційні проекти, використання інших прямих форм державної участі в регулюванні інноваційних процесів. Держава підтримує лише довгострокові інноваційні проекти, які потребують значних фінансових вкладень, а отже, можуть реалізовуватися лише потужними підприємствами.

2. Політика ринкової орієнтації. Передбачає провідну роль ринкового механізму в розподілі ресурсів і визначенні напрямів розвитку науки та техніки, а також обмеження ролі держави в стимулюванні фундаментальних досліджень. Спрямована на створення сприятливого економічного клімату і розвиток інформаційного середовища з метою реалізації нововведень у фірмах, скорочення прямої участі держави в НДДКР і дослідженнях ринків, а також прямих форм регулювання, які перешкоджають стимулюванню

ринкової ініціативи та ефективній перебудові ринку. Націлена на короткострокові і недорогі інноваційні проекти, що реалізуються окремими фірмами.

3. Політика соціальної орієнтації. Спрямована на соціальне регулювання результатів НТП. Процеси прийняття рішень відбуваються із залученням широкої громадськості за умов досягнення соціально-політичного консенсусу. Цей тип інноваційної політики має бути поєднаний з іншими типами у співвідношенні, яке б не перешкоджало повноцінному економічному розвитку держави.

4. Політика, спрямована на реформування економічної структури господарського механізму. Передбачає суттєвий вплив передових технологій на вирішення соціально-економічних проблем, на зміну галузевої структури, взаємодію суб'єктів господарювання, рівень життя тощо. Це потребує нових форм організації й механізмів управління розвитком науки і техніки, а також їх взаємодії. На сучасному етапі таку політику, разом з ринковою, використовує Японія.

Загалом реалізація інноваційної діяльності базується на чіткій системі забезпечення, зокрема до її складових відносять:

- нормативно-правове забезпечення;
- наукове забезпечення;
- інформаційне забезпечення;
- ресурсне забезпечення;
- управлінські важелі;
- фінансові важелі;
- технологічне та технічне забезпечення.

Впровадження в виробництво досягнень науково-технічного прогресу вимагає інвестування значних коштів. При вирішенні питання про доцільність впровадження заходів з підвищення рівня виробництва спочатку керівництво підприємства глибоко аналізує попит на певну продукцію і її ліквідність, а також питання оцінювання економічної ефективності.

До групи технічних новин і нововведень, стосовно яких визначається і оцінюється економічна та інші види ефективності, належать: створення, виробництво та використання нових або модернізація наявних засобів і предметів праці та споживання, технологічних процесів, включаючи винаходи і раціоналізаторські пропозиції.

Отже, критерієм, який характеризує доцільність інвестування виробництва, є ефективність. Єдиним узагальнюючим показником економічної ефективності будь-якої групи інновацій є економічний ефект, який характеризує абсолютну величину перевищення вартісної оцінки очікуваних фактичних результатів над сумарними витратами ресурсів за певний розрахунковий період. Він в основному виражається певною грошовою сумою (чиста продукція або прибуток підприємства, галузі, національний дохід).

Ефект від впровадження інновацій може бути позитивним (економія затрат) і негативним (збитковим). Обидва види ефекту враховуються в виробничій діяльності і взаємопов'язані. Вживається також поняття відвернених збитків, тобто таких, яких вдалося уникнути в результаті використання досягнень НТП [35].

Таким чином, розрахунок абсолютної ефективності завершує процес вибору найефективнішого варіанта заходів нововведень.

Залежно від кола вирішуваних завдань, величина економічного ефекту має обчислюватись в одній з двох форм вартісних показників:

- 1) народногосподарського економічного ефекту (загального ефекту за умовами використання нововведень);
- 2) внутрішньогосподарського (комерційного) економічного ефекту (ефекту, який одержується окремо розробником, виробником і споживачем нововведень) [19].

Народногосподарський економічний ефект обчислюється шляхом порівняння результатів за місцем використання нової техніки, інших нововведень і усіх витрат на її розробку, виробництво і споживання. Він

показує ефективність тієї або іншої групи нововведень з погляду їх впливу на кінцеві показники розвитку економіки країни.

Комерційний економічний ефект обчислюється на окремих стадіях «життєвого циклу» нововведень (стадії розробки, виробництва, експлуатації) і дає можливість оцінити ефективність технічних новин з врахуванням економічних інтересів окремих проектно-конструкторських організацій, підприємств виробників і споживачів.

Сумарний економічний ефект вираховують за формулою (1.1) [52].

$$E_T^{nj} = P_T - B_T \quad (1.1)$$

Де: n_j – народногосподарський індекс;

P_T – вартісна оцінка результатів від здійснення заходів нововведень (НТП) за розрахунковий період;

B_T – вартісна оцінка здійснення заходів нововведень (НТП) за розрахунковий період.

Оскільки розрахунковий період має певну тривалість, то результати й витрати за кожний його рік треба визначати з урахуванням чинника часу, тобто за допомогою спеціального коефіцієнта приведення.

Цей коефіцієнт обчислюється за формулою (1.2) [52].

$$\alpha_t = (1 + E_n)^{t_p - t} \quad (1.2)$$

де, E_n – норматив приведення різночасових витрат і результатів ($E_n=0,1; 0,15$ залежно від галузі, де він застосовується);

p - розрахунковий рік;

- рік, за який витрати і результати приводяться до розрахункового року.

З урахуванням чинника часу народногосподарський економічний ефект технічних нововведень (E_t) визначається за формулою (1.3) [40].

$$E_t = \sum_{t=t_n}^{t_k} (P_t - B_t) \alpha_t \quad (1.3)$$

де, $P_t - B_t$ – вартісна оцінка відповідного результатів і витрат у t -му році розрахункового періоду;

n, t_k – відповідно початковий і кінцевий рік розрахункового періоду.

Початком розрахункового періоду вважають рік початку фінансування розробки технічних новин, включаючи проведення наукових досліджень.

Кінцевим роком розрахункового періоду - момент завершення всього життєвого циклу технічного нововведення.

Оцінка внутрішньовиробничого (комерційного) економічного ефекту звичайно здійснюється з використанням показників:

- 1) прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства;
- 2) похідних вимірників – коефіцієнта ефективності капітальних витрат (внутрішньої норми ефективності, терміну окупності капітальних витрат).

Загальні результати технічних нововведень визначається як сума основних і супровідних результатів.

Оцінювання основних результатів здійснюється за формулами для нових засобів праці тривалого користування (1.4) [5].

$$P_t = K_t * B_t * N_t \quad (1.4).$$

де, K_t – ціна одиниці продукції, виробленої з використанням нових засобів праці; B_t – обсяг використання нових засобів праці;

N_t - продуктивність засобів праці.

$$P_t = K_t * \frac{B_t}{D_t} \quad (1.5)$$

де, D_t – витрати предметів праці на одиницю продукції, виготовленої з їх використанням.

До супровідних результатів належать додаткові економічні результати у різних сферах народного господарства.

Сумарні витрати на реалізацію технічних нововведень за розрахунковий період включають витрати на виробництво та використання продукції тобто.

При цьому витрати на виробництво і використання продукції (без урахування витрат на придбання самої продукції) обчислюються однаково за формулою (1.6) [34]:

$$B = \sum (C + K + L)\alpha \quad (1.6)$$

де, C – поточні витрати на виробництво (використання) продукції без урахування амортизаційних відрахувань на реновацію;

K – одночасні витрати на виробництво (використання) продукції;

L – залишкова вартість (ліквідне сальдо) основних фондів, що вибувають.

В Україні практично не створені умови для ефективного здійснення інноваційної діяльності. Перешкоди фінансового, політичного, правового, організаційного характеру постають на шляху масової реалізації інновацій.

Із загальної кількості підприємств, що займалися різними видами інноваційної діяльності, інноваційні види продукції впроваджувало 359 підприємств, або майже кожне третє підприємство.

У ринкових умовах розвитку соціально орієнтованої економіки виникає необхідність і можливість принципово нового підходу до визначення ефективності технічних новин і нововведень з урахуванням пріоритетності критерію соціальної ефективності та екологічної безпеки.

При цьому процедурний механізм порівняння і вибору найкращого з можливих варіантів технічних новин і нововведень здійснюється у певній послідовності:

По-перше, проводиться ранжирування цілей розробки, виробництва і використання об'єктів технічних новин і нововведень. До вищого рангу

відносять соціальні цілі та вимоги до екологічної безпеки. До нижчого - механізацію економічної ефективності.

По-друге, можливі варіанти технічних новин однакового функціонального призначення проходять перевірку на відповідність соціальним цілям і вимогам екологічної безпеки, що зафіксовані в наявних державних і міжнародних стандартах та цільових нормативах соціального характеру; якщо вони не відповідають таким цілям і вимогам, то мають бути відхилені незалежно від рівня їх економічної ефективності.

З огляду на особливості оцінювання ефективності всю сукупність нових організаційних рішень можна умовно поділити на дві групи.

1) організаційні нововведення, які потребують додаткових одночасних витрат (капітальних вкладень).

2) нововведення, що не потребують додаткових витрат (інвестицій) [43].

Визначення й оцінювання економічної ефективності організаційних нововведень першої групи (наприклад, організація нових спеціалізованих або комбінованих виробництв, концентрація виробництва на діючому підприємстві, викликана необхідністю розширення, реконструкції або технічного переозброєння) здійснюється в такій самій формі, як нових технічних рішень.

Економічну ефективність безвитратних нових організаційних рішень визначають на основі обчислення економії поточних витрат. У кожному конкретному випадку потрібно точно визначити коло показників для оцінювання ефективності тієї чи іншої групи безвитратних організаційних рішень. Важливою особливістю оцінювання ефективності організаційних нововведень має бути методика визначення соціального ефекту від реалізації конкретного нововведення.

Висновки до першого розділу

Інновації є важливим фактором зростання економік країн світу. Інноваціям передують науково-технічна діяльність, пов'язана з появою нововведення. Інновації – це кінцевий результат інноваційної діяльності, у вигляді нового чи удосконаленого продукту або технологічного процесу, який наділено якісними перевагами при використанні та проектуванні, виробництві, збуті, використовується у практичній діяльності та має суспільну перевагу. Надзвичайно велике значення інновації мають для становлення та розвитку «зеленої» економіки.

Відповідно до розглянутих наукових підходів низьковуглецева економіка – це економіка з низькими викидами вуглецевих сполук, яка ефективно використовує ресурси і відповідає інтересам всього суспільства. Відповідно метою даної економіки є формування дієвого середовища для економічного і соціального прогресу, що базується на мінімізації негативного впливу на довкілля та ефективному використанні природних ресурсів при збереженні гідного рівня життя населення.

При впровадженні інновацій дуже важливим є розробка та формування інноваційної політики. Інноваційна політика держави спрямована на господарське використання науково-технічного потенціалу, на зміцнення внутрішніх зв'язків у науково-технічному комплексі. Формування інноваційної політики пов'язане насамперед з переорієнтацією системи державного регулювання на всебічне заохочення підприємництва, приватної ініціативи. До основних типів інноваційної політики держав відносимо: політику технологічного поштовху; політику ринкової орієнтації; політику соціальної орієнтації; політику, спрямовану на реформування економічної структури господарського механізму.

РОЗДІЛ 2

ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ АВТОМОБІЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ В УМОВАХ НИЗЬКОВУГЛЕЦЕВОЇ ЕКОНОМІКИ

2.1. Ідентифікація країн з низьковуглецевою економікою

Велику роль у втіленні моделі «зеленої економіки» в життя внесла Економічна і Соціальна Комісія для Азії і Тихого океану (ЕСКАТО). За ініціативою ЕСКАТО у 2005 р. була прийнята стратегія «зеленого» зростання, яка спочатку включала чотири пріоритетні напрями: раціональні моделі споживання і виробництва; «озеленення» підприємств і ринків; стійка інфраструктура і «зелена» податкова і бюджетна реформи. Згодом були додані ще два напрями – інвестування в природний капітал і показники екологічної ефективності [74].

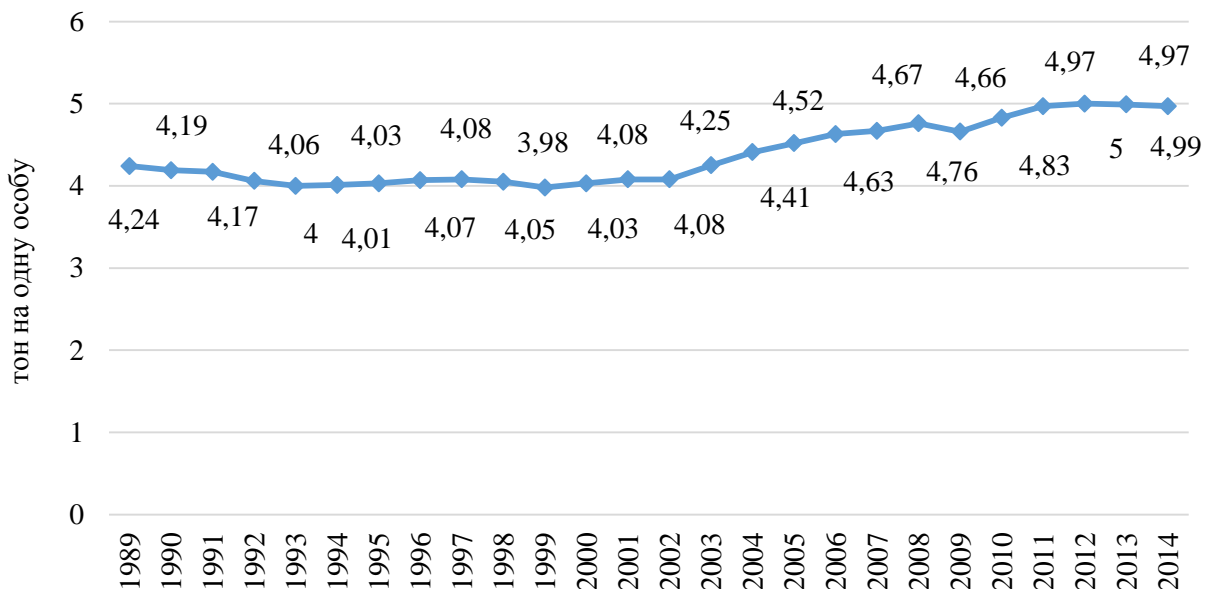


Рис. 2.1. Обсяги викидів CO₂ (метричні тони на душу населення)

Джерело: побудовано автором за даними Світового банку

Загалом аналізуючи стан розвитку низьковуглецевих економік одним із найважливіших показників для аналізу є обсяги викидів CO₂. Зокрема, за

даними Світового банку, не зважаючи на інтенсифікацію політики зниження шкідливих викидів в середовище, все ще спостерігається тенденція до їх збільшення. Для прикладу в 2000 р. кількість викидів CO₂ в атмосферу на одну особу дорівнювала 4,03 метричних тон на душу населення. А вже в 2015 р. цей показник досягнув рівня 4,97 метричних тон на душу населення. Тобто за 15 років обсяги викидів в атмосферу зросли на 23,2 %. На жаль, на офіційних сайтах міжнародних організацій, немає оновленої інформації за 2016-2017 рр., щоб проаналізувати зміну тренду до найновіших часів.

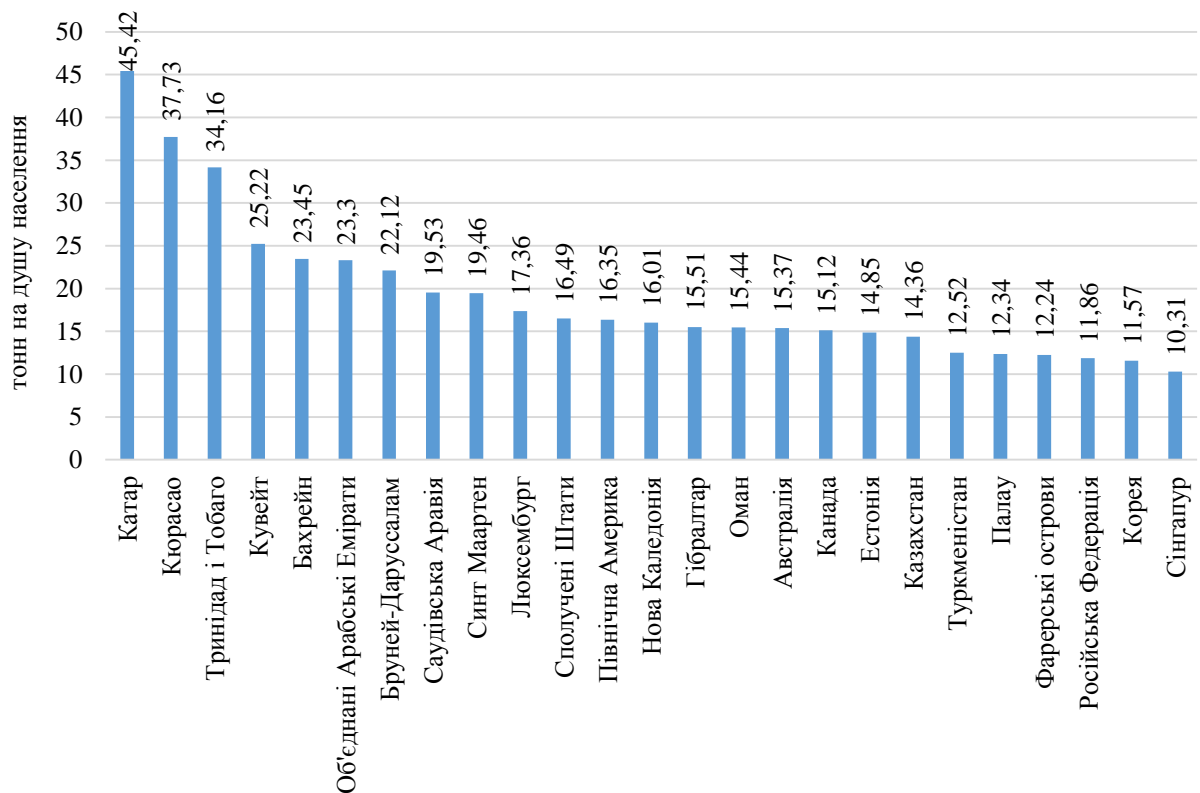


Рис. 2.2. Рейтинг країн з найвищим рівнем викидів в атмосферу (метричні тони на душу населення)

Джерело: побудовано автором за даними Світового банку

В рейтингу країн за найвищим показником викидів CO₂ в атмосферу на першому місці знаходиться Катар, країна з високорозвинутою нафто-газовою промисловістю, що і спричиняє таку такий високий рівень забруднення. Важливо зазначити, що поряд з Катаром в першу 20 найбільш забруднених країн входять Кувейт, Бахрейн, Саудівська Аравія, які також є країнами

ОПЕК. В представлено рейтингу серед найбільш розвинутих країн присутні США на 11 місці з показником 16,49 тон в рік на душу населення, Канада – 16 місце (15,12 тон), Російська Федерація – 23 місце (11,86 тон), Корея – 24 місце (11,57 тон).

Якщо аналізувати рейтинг країн світу з найнижчим показником викидів шкідливих речовин в атмосферу (рис. 2.2) можна зробити висновок, що в першу двадцятку входять країни з низьким рівнем розвитку або острівні держави. Такий результат можна пояснити тим, що дані країни не розвинуті промислово, не володіють значними природними ресурсами для видобутку, тощо.

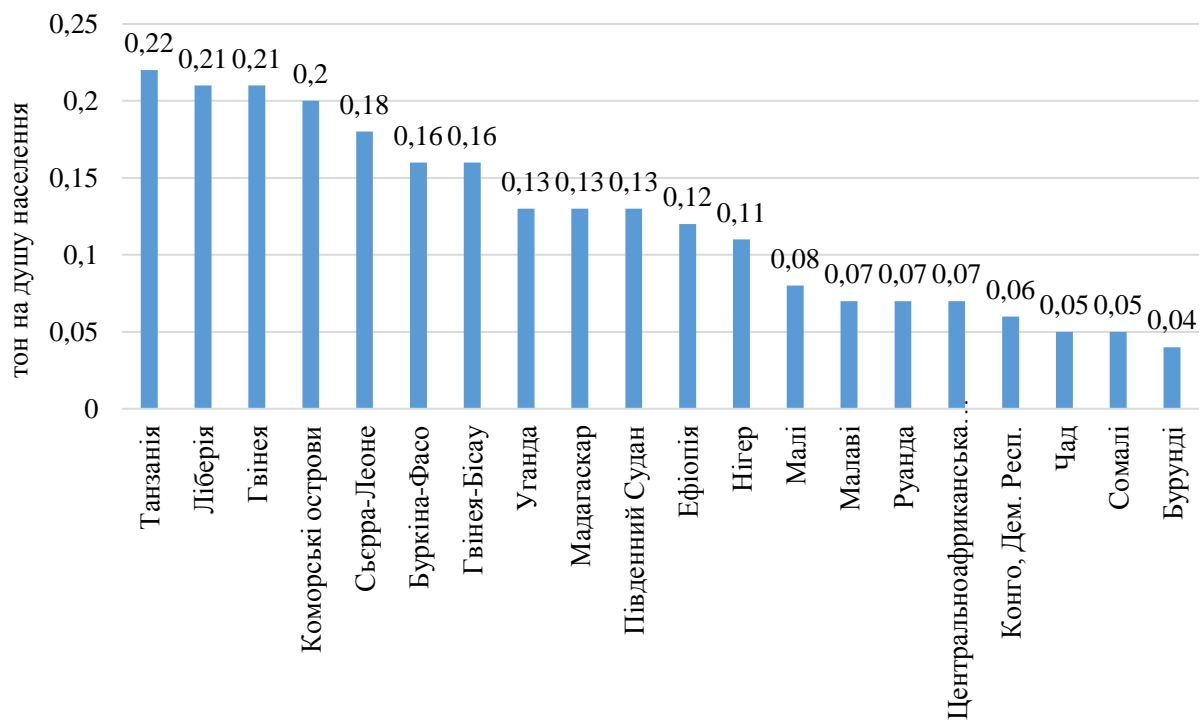


Рис. 2.3. Рейтинг країн з найнижчим рівнем викидів в атмосферу (метричні тони на душу населення)

Джерело: побудовано автором за даними Світового банку

Про розвиток «Зеленої» економіки свідчать дані про обсяги видобутку відновлюваної електроенергії (рис. 2.4). Зокрема, аналізуючи дані рисунку варто зазначити, що починаючи з 2003 р. спостерігається досить інтенсивний розвиток відновлювальної енергетики. Для прикладу, в 2003 р. %

відновлювальної енергії в загальному обсязі виробленої електроенергії складав 17,38, натомість в 2015 в. – 22,85, що на 31,5 відсоткових пунктів більше.

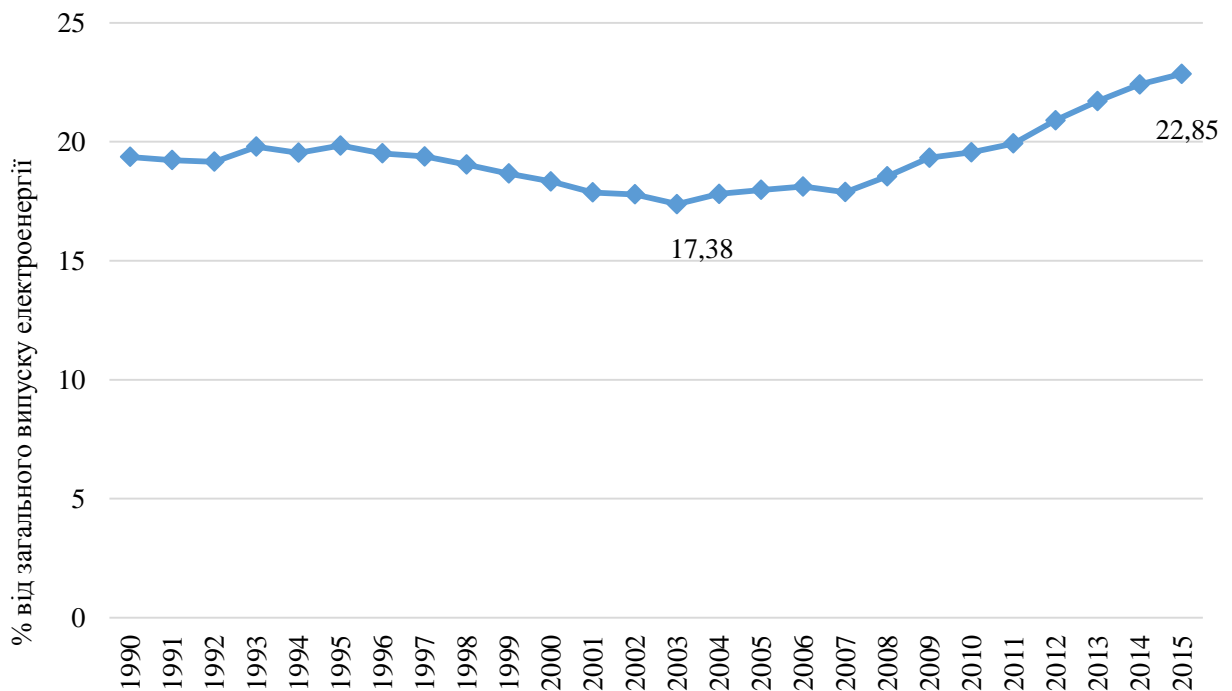


Рис. 2.4. Обсяги видобутку відновлюваної електроенергії (% від загального випуску електроенергії)

Джерело: побудовано автором за даними Світового банку

Наступним показником для аналізу обрано рівень енергоємності первинної енергії, який демонструє скільки ресурсів витрачається для вироблення енергії (рис. 2.5). Аналізуючи даний показник варто зазначити, що в динаміці простежується позитивна тенденція, яка свідчить про збільшення джерел альтернативної енергії та зниження затрат природних ресурсів на обслуговування ВВП.

Отже, аналіз статистичної інформації дозволив зробити висновок про те, що до найбільш забруднених країн в аспекті викидів в атмосферу CO₂ належать високорозвинуті країни з потужним промисловим комплексом, а також країни експортери нафти. До найменш забруднених належать маленькі низько розвинуті держави, деякі з них навіть острівні, які мають не надто розвинений промисловий комплекс, та обмежені природні ресурси.

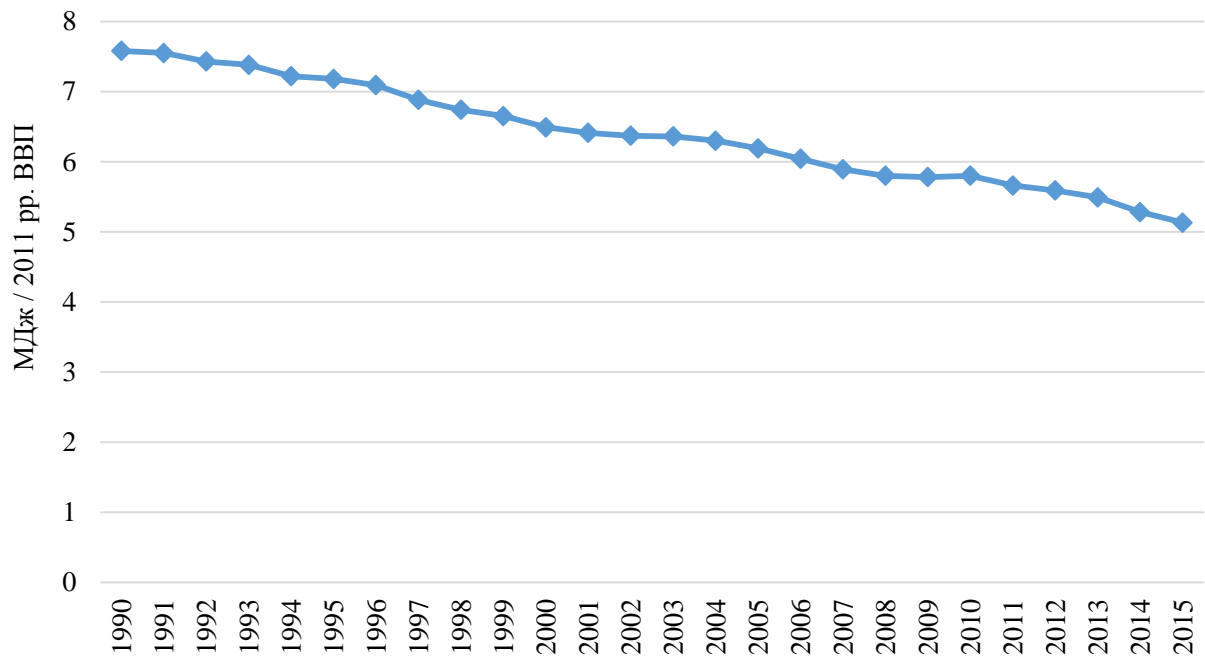


Рис. 2.4. Рівень енергоємності первинної енергії (МДж / 2011 рр. ВВП)

Джерело: побудовано автором за даними Світового банку

Розглянемо коротко успішний досвід країн світу щодо розвитку «зеленої» економіки. Республіка Корея була першою країною, яка оголосила реалізацію концепції «зеленого» зростання в якості національної стратегії. Основна увага у рамках цієї стратегії приділяється трьом елементам: промисловості, енергетиці та інвестиціям. У січні 2009 р. уряд Південної Кореї прийняв програму заходів із забезпечення «зеленого» зростання економіки, що передбачає інвестиції у розвиток відновлювальних джерел енергії (1,8 млрд. дол. США), залізниць (7,01 млрд. дол. США), створення автомобілів з низьким рівнем викидів (1,8 млрд. дол. США) і енергоефективних будівель (6,19 млрд. дол. США), раціональне використання водних ресурсів і переробку відходів (13,89 млрд. дол. США). Тут був введений принцип підвищеної відповідальності виробника і прийняті правила, що стосуються такої продукції, як батареї, шини, скляна і паперова упаковка і т.п., внаслідок чого коефіцієнти утилізації збільшилися на 14%, а отриманий економічний ефект склав 1,6 млрд дол. [6].

Китай виявився лідером за розміром «зеленої» складової національного пакету антикризових заходів (33,4% від загальної суми); кошти планується спрямувати на будівництво високошвидкісних залізниць, модернізацію мереж електропередач, вдосконалення систем водопостачання і водоочистки, переробку та захоронення відходів [69].

На даний час основною ідеєю «зеленої економіки» в Японії є «зелений розвиток» урбанізованих територій міст. У рамках економічних заходів по стимулюванню економіки передбачено виділення 1,7 млрд. дол. США на будівництво будинків з використанням енергозберігаючих технологій, 1,3 млрд. дол. США – на збільшення внутрішнього виробництва екологічної продукції. Наприклад, в Японії розроблено проект екологічно чистого житлового будинку з саморегулюючою системою електропостачання і опалювання. Також найближчими роками уряд Японії планує виділити 209 млрд. єн (1,72 млрд. дол. США) на допомогу автовиробникам, що розроблюють нові «зелені» технології. Зокрема, уряд субсидуватиме виробництво електробатарей і двигунів на паливних елементах.

Одним з центральних елементів концепції «зеленої» економіки Туреччини є інтеграція усіх аспектів енергоефективності на етапах виробництва, розподілу і споживання енергії. Однією з основних цілей є зниження викидів двоокису вуглецю. Для цього заплановані заходи в області ціноутворення, конкуренції, зміни поведінки і технологічного розвитку в усіх галузях економіки. Крім того, розглядаються такі напрями діяльності, як електрифікація транспорту, а також модернізація житлового фонду і енергоспоживаючого обладнання [69].

У Європейському Союзі прийнято пан'європейський План відновлення економіки, яким передбачено вливання допомоги у розмірі 400 млрд. євро на підвищення купівельної спроможності, стимулювання економічного зростання і створення робочих місць. Планом відновлення економіки передбачається прийняття низки екологічно-орієнтованих заходів, зокрема по боротьбі із зміною клімату, в галузі енергоефективності, чистих

технологій, підвищення екологічно-орієнтованих професійних знань і підтримки екологічно-орієнтованої продукції.

«Ресурсоефективна Європа» - одна з семи ключових ініціатив у рамках стратегії «Європа 2020», спрямована на забезпечення розумного, стійкого і справедливого зростання. Ця ключова ініціатива покликана задати рамки для розробки стратегій і планів, спрямованих на забезпечення переходу до ресурсоефективної, низьковуглецевої економіки, яка дозволить [14]:

- поліпшити економічні показники з одночасним скороченням споживання ресурсів;
- виявити і створити нові можливості для економічного зростання, інновацій і підвищення конкурентоспроможності ЄС;
- забезпечити безперебійні постачання ключових ресурсів;
- боротися із зміною клімату і обмежити дію на довкілля, пов'язану з використанням ресурсів.

Крім того, багато держав-членів ЄС розробили національні плани відновлення економіки.

Стратегія відновлення, прийнята урядом Ірландії в 2009 році, задає рамки для оновлення економіки на основі принципів сталого розвитку. Стратегія передбачає заходи по створенню «зелених» робочих місць і розглядає поліпшення стану довкілля і надійне енергозабезпечення» в якості пріоритетного напрямку діяльності. Можливості для галузей, що виробляють екологічно орієнтовану продукцію і послуги, включають:

- ефективне використання ресурсів і енергії;
- розвиток нових галузей бізнесу;
- розвиток місцевих (залежних від місцевого довкілля) галузей, наприклад, харчової промисловості і туризму;
- екологічні технології, що дозволяють понизити споживання сировини і енергії, зменшити об'єми викидів, витягати цінні побічні продукти і ефективно вирішувати проблеми утилізації відходів.

Розвиток «зеленої» економіки в Данії задекларований у відповідній Угоді. Мета Угоди про «Зелене зростання» - забезпечити охорону довкілля і клімату, одночасно створивши умови для розвитку сучасного і конкурентоспроможного сільського господарства і харчової промисловості. До 2015 року інвестиції в «зелене зростання» складуть 13,5 млрд датських крон, що дозволить країні повністю виконати свої екологічні зобов'язання, прискорити економічне зростання і підвищити рівень зайнятості. До складу Угоди про «Зелене зростання» входять: План Данії по довкіллю до 2020 року; Стратегія зростання «зеленого» сільського господарства і харчової промисловості [14].

Міністерство довкілля Німеччини керує розробкою Національної програми підвищення ресурсоефективності. Основним завданням програми є мінімізація дії на довкілля, пов'язаної з отриманням і переробкою сировинних ресурсів.

В Австрії був розроблений План дій у сфері ресурсоефективності (REAP), який відповідає Національній стратегії сталого розвитку. REAP покликаний сформуванати основу і створити стимули діяльності з підвищення ресурсоефективності відносно забезпечення конкретних типів ресурсів (наприклад, поновлювані ресурси), а також окремих галузей (наприклад, будівництво). Особливий акцент робиться на ефективне використання таких ресурсів, як метали, корисні копалини і біомаса. Крім того, документ приділяє увагу взаємозв'язкам між ефективним використанням енергії та інших ресурсів, наприклад води і земельних ресурсів [21].

У Великобританії задекларовано розвиток економіки з низьким рівнем викиду двоокису вуглецю і «зеленими технологіями» як стратегію національного розвитку. Зокрема, оприлюднені «зелені» проекти, націлені на створення 100 тисяч робочих місць у будівництві шкіл, лікарень і залізниць.

У підсумку також варто наголосити, що основними бар'єрами для ефективного використання ресурсів є, зокрема:

- використання застарілих технологій та обладнання, що спричиняє високий рівень втрат ресурсів на ланцюгу від виробництва до кінцевого споживання, їх неефективне використання та забруднення довкілля;
- відсутність мотивації у суб'єктів господарювання до впровадження новітніх, у т. ч. ресурсоефективних технологій та екологічних інновацій;
- слабкий доступ підприємств до екологічних кредитів та інвестицій;
- недосконала система поводження з відходами, що ускладнює перетворення відходів на додатковий ресурс та джерело зростання.

На сьогодні усім, без винятку, країнам і всім людям треба працювати за трьома основними напрямками:

- Збереження енергії (збережена енергія – це енергія, що не повинна бути вироблена). До того ж, вартість енергії продовжує зростати, тому економія енергії означає також економію грошей – і збереження планети.

- Енергоефективність чи більш розумне використання енергії. Наприклад, використання обладнання зі зниженим споживанням енергії, краща теплоізоляція.

- Відновлювана енергетика – отримання енергії з невичерпних джерел. Найбільш розповсюдженими є використання сонячної, вітрової, теплової енергії Землі.

2.2. Стан та тенденції розвитку автомобільних корпорацій

Автомобільний ринок являється основною частиною глобальної економіки і має безпосередній вплив на її розвиток. Так, в світі виробляється майже 82 мільйона одиниць легкових автомобілів (разом з легкими комерційними автомобілями) на суму майже 2 трильйонів доларів США, а з суміжними галузями це майже 5 % ВВП світу. Автомобільний ринок дуже циклічний по своїй природі. Так, автомобільний ринок попадав в кризу продаж на протязі останніх 15 років вже декілька раз.

На сучасному етапі розвитку світового господарства лібералізація торговельної, виробничо-інвестиційної та фінансової діяльності, необхідність пошуку нових ринків збуту, обумовлена стагнацією внутрішніх ринків економічно розвинутих країн, спонукали автовиробників активізувати й диверсифікувати стратегії інтернаціоналізації бізнесу. Виробничий процес вийшов за межі окремих держав, активізувалися процеси консолідації капіталу автомобільних підприємств, для багатьох виробників автомобілів національні ринки перестали бути пріоритетними, оскільки їх продукція знайшла свого споживача за межами держави.

Найвагоміший внесок у національну економіку здійснює виробництво автомобілів в Японії, підтвердженням факту є загальний оборот у розмірі 435 610 млн. євро та доходи бюджету від автомобілебудування – 66 444 млн. євро. Лідером за обсягом прямих інвестицій в автомобільну галузь є США (прямі інвестиції перевищують 30 млрд. євро). Виходячи із соціального забезпечення та зайнятості більш привабливою країною є Китай (загальна чисельність працівників галузі більш ніж 1,5 млн. ос.). Світове виробництво автомобільного транспорту впродовж останніх п'яти років збільшилося майже на 11 млн. од. (темп приросту – 13,6%).

Таблиця 2.1

Світове виробництво автомобільного транспорту

Країни світу	2012	2013	2014	2015	2016	2017
ЄС (15 країн)	20954156	19863709	19789533	20429625	21096325	18768153
ЄС (27 країн)	14121717	12828665	12828654	13483961	14441935	14730310
Німеччина	6146948	5649260	5718222	5907548	6033164	5645581
Іспанія	2373329	1979179	2163338	2402978	2733201	2848335
Франція	2242928	1967765	1740000	1821464	1970000	2227000
Великобританія	1463999	1576945	1597872	1598879	1682156	1749385
Чехія	1199845	1178995	1132931	1251220	1303603	1419993
Італія	790348	671768	658207	697864	1014223	1142210
Інші країни Європи	2242685	2515206	2417025	2131711	1560048	1697223
Країни СНД	2231662	2504174	2406120	2028561	1476418	1617311
Америка	17793809	20089597	21128805	21222463	20964654	20669537
НАФТА	13477706	15800943	16498633	17422866	17949038	17458189
США	8661535	10335765	11066432	11660702	12100095	11189985

<i>Продовження таблиці 2.1</i>						
Мексика	2681050	3001814	3052395	3368010	3565469	4068415
Канада	2135121	2463364	2379806	2394154	2283474	2199789
Південна Америка	4316103	4288654	4630172	3799597	3015616	3211348
Бразилія	3407861	3402508	3712380	3146386	2429463	2699672
Азія та Океанія	40576318	43696469	45799146	47404769	47786153	53540607
Китай	18418876	19271808	22116825	23731600	24603326	29015434
Японія	8398630	9943077	9630181	9774665	9278238	9693746
Південна Корея	4657094	4561766	4521429	4524932	4555957	4114913
Індія	3927411	4174713	3880938	3844857	4125744	4782896
Африка	556637	586396	636519	719608	835937	931283
Всього	79880920	84236171	87354003	89776465	90780583	97302534

Джерело: [47; 74]

Динаміку світового виробництва наведено в таблиці 2.1. Регіонами – лідерами світового зростання є :

– країни Африки. Темп зростання – 111,4%. Обсяг виробництва – 931283 од.;

– Індія. Темп зростання – 116%. Обсяг виробництва в 2017 р. – 4782896 од.;

– країни Азії та Океанії. Темп зростання – 112%. Обсяг виробництва в 2017 р. – 53540607 од.

– Китай. Темп зростання – 118%. Обсяг виробництва в 2017 р. – 29015434 од.

Незначне зростання автомобільної індустрії в країнах ЄС (2%). Катастрофічна ситуація з виробництвом автомобільного транспорту в Південній Кореї – зменшення виробництва становить 441 тис. од (10%) та США – 910 тис. од (8%) .

Найбільшими темпами збільшується виробництво автомобільного транспорту у Китаї - 118%, Індія – 116%, Мексика – 114%, Італії та Франція – 113%, Бразилія – 111%, Японії – 104%. 90% світового виробництва автомобілів створюють 20 перших транснаціональних корпорацій зі списку Global 2000 журналу Forbes: Toyota Motor, Volkswagen Group, Daimler, Ford Motor, General Motors, BMW Group, Honda Motor, Hyundai Motor, SAIC

Motor, Renault, Tata Motors, Fuji Heavy Industries, Peugeot, Suzuki Motor, Fiat Chrysler, Dongfeng Motor Group, Mazda Motor, Isuzu Motors, Geely (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Динаміка виробництва найбільших автомобільних корпорацій

№ з/п	Корпорація	Країна походження	2012	2013	2014	2015	2016
1	TOYOTA	Японія	8050181	10104424	10324995	10475338	10083831
2	Volkswagen	Німеччина	8525573	9254742	9379229	9894891	10126281
3	Dailmer AG	Німеччина	2137067	2195152	1781507	1973270	2134645
4	Ford	США	5516931	5595483	6077126	5969541	6396369
5	G.M.	США	9031670	9285425	9628912	9606326	7485587
6	BMW	Німеччина	1738160	2065477	2006366	2165566	2279503
7	Honda	Японія	2909016	4110857	4298390	4513769	4543838
8	Nissan	Японія	4631673	4889379	4950924	5097772	5170074
9	Hundai	Південна Корея	6616858	7126413	7233080	8008987	7988479
10	Saic	Китай	1478502	1783548	1992250	2087949	2566793
11	Renault	Франція	2825089	2676226	2704675	2761969	3373278
12	Tata	Індія	1197192	1241239	1062654	945113	1009369
13	Fuji	Японія	580261	75332	808919	888812	1009369
14	PSA	Франція	3582410	2911764	2833781	2917046	3152787
15	Suzuki	Японія	2725899	2893602	2842133	3016710	3034081
16	Fiat	Італія	2336954	2127295	4681704	4865758	4865233
17	Dongfeng motor	Китай	1108949	1137950	1238948	1301695	1315490
18	Mazda	Японія	1165591	1189283	1264173	1328426	1540576
19	Isuzu	Японія	480889	60047	532966	541068	669284
20	Geely	Китай	922906	969896	890652	999802	1266456

Джерело: [47; 74]

Таким чином, на основі проведеного дослідження економічних аспектів корпорацій автомобільної індустрії можна окреслити такі основні важливі положення:

1) аналіз стану розвитку автомобілебудування і світових ринків транспортних засобів показав, що на теперішній час країнами – лідерами з виробництва та світового зростання є Південна Африка (займає майже 95% виробництва країн Африки); США, Мексика (регіон NAFTA); Китай, Японія, Південна Корея, Індія (регіон Азії та Океанії);

2) збут продукції автомобільної індустрії впродовж 2005 р. і до початку світової кризи (2008 р.) динамічно зростав із кожним роком. У період фінансової кризи обсяги продажу автомобілів зменшилися. Значного падіння

обсягів продажів зазнали два регіони: в Європі збут зменшився на 11,5%; в Америці – на 25%. Європейські виробники автомобільного транспорту в 2015 р. так і не вийшли на обсяги продаж 2005 р. (90,4% від обсягу продажу 2005 р.). Транснаціональні корпорації Тихоокеансько-Азіатського регіону в період 2005-2016 рр. збільшили свої обсяги продажу у два рази (на 23 млн. од.). Традиційно низька купівельна спроможність спостерігається в Африці, де обсяги продажів автомобілів почали перевищувати 1,5 млн. од. лише в 2012 р. Найбільш критична ситуація з реалізацією – у нашій країні. На протязі 10 років обсяг реалізації автомобільного транспорту в Україні зменшився у п'ять разів;

Таблиця 2.3

Динаміка реалізації автомобільного транспорту

Регіон / країна	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Європа	18808688	19740019	18663268	18342988	18590806	19044918	20916025
ЄС (28 країн)	15665090	15664437	14358421	14135620	14998517	16466203	18147636
ЄС (15 країн)	14696720	14683816	13420004	13191012	13913204	15223297	16563830
Нові члени ЄС	968370	980621	938417	944608	1085313	1242906	1583807
Україна	188408	227250	259586	232894	105957	52341	94694
Америка	19730925	21579008	23676520	25034824	25120753	25231935	25788942
Центральна та Південна Америка	5526964	5981394	6149832	6270316	5572294	4469679	4557336
Азія/Океанія/Країни Сходу	35191633	35405435	38225604	40579153	42508968	43580874	48903658
Африка	1273898	78197600	82166385	85642108	87920148	89677983	1195765
Всього	75005144	78197600	82166385	85642108	87920148	89677983	96804390

Джерело: [47; 74]

3) 90% світового виробництва автомобілів створюють 20 перших транснаціональних корпорацій зі списку Global 2000 журналу Forbes: Toyota Motor, Volkswagen Group, Daimler, Ford Motor, General Motors, BMW Group, Honda Motor, Hyundai Motor, SAIC Motor, Renault, Tata Motors, Fuji Heavy Industries, Peugeot, Suzuki Motor, Fiat Chrysler, Dongfeng Motor Group, Mazda

Motor, Isuzu Motors, Geely. Саме ці компанії протягом останніх 10 років є флагманами світової автомобільної індустрії, про що свідчить висока питома вага зазначених країн у загальносвітовому виробництві автомобілів;

4) основою подальшого розвитку автомобільної корпорації є фінансова стійкість та стабільність. Із досліджених світових корпорацій – лідерів автомобілебудування 50 % є фінансово нестійкими. Корпорації Німеччини мають нестачу власних обігових коштів і довгострокових позик у розмірі 3-14 млрд. євро; провідна корпорація США – G.M. – 15573 млн. доларів; автомобільні корпорації Франції – 3-7 млрд. євро. Мають значну проблему з фінансовою стійкістю корпорації автопрому Китаю: корпорація SAIC має дефіцит у розмірі 25 млрд. юанів; Geely – 27 млрд. юанів. Інша ситуація з корпораціями Японії. Транснаціональні компанії TOYOTA, NISSAN, SUZUKI, MAZDA, ISUZU мають нормальну фінансову стійкість. Абсолютну фінансову стійкість має власник бренду Subaru – Fuji Heavy Industries. Вільні власні обігові кошти FUJI становлять 535415 млн. єн. Проблемним суб'єктом господарювання є автовиробник HONDA, який має дефіцит коштів та позик у розмірі 542 млрд. JPY.

Таблиця 2.4

Кількісні показники факторів впливу на продаж легкових автомобілів в світі
в 2008-2016 рр.

Фактори	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Моторизація глобального ринку (кількість автомобілів на 1000 чоловік населення)	133	145	147	149	156	162	170	174	180
Зростання моторизації, %		9,0	1,4	1,4	4,7	3,8	4,9	2,4	2,7
Середньорічна ціна проданого автомобіля, тис дол США	22,8	22,9	22,4	22,2	22,8	22,9	22,9	23,1	23,1
Зростання ціни проданого автомобіля, %		0,42	-2,09	-1,00	2,7	0,26	0,02	0,8	0,02
Середнє споживання палива, проданого автомобіля, літри/100	7,4	7,2	7,0	6,5	6,3	6,1	5,8	5,6	5,5

км пробігу									
Продовження таблиці 2.4									
Зростання споживання палива проданого автомобіля, %		-1,9	-3,7	-6,6	-2,8	-3,5	-4,3	-3,6	-2,3
Середньорічна вартість експлуатації проданого автомобіля	7510	7613	7799	7923	7732	8216	8397	8511	8698
Зростання вартості експлуатації автомобіля, %		1,4	2,4	1,6	-2,4	6,3	2,2	1,4	2,2

Джерело: [47; 74]

Щодо особливостей світового автомобільного ринку в сучасних умовах, то вони є такими. Першою слід назвати його звуження. Це можна пояснити, насамперед, падінням російського автомобільного ринку: продажі автомобілів за 2015 рік зменшилися на 31% (продано 1,5 млн. автомобілів порівняно з 2,5 млн. у 2014 році). На китайському автомобільному ринку влітку 2015 року в результаті проблем з фондовою біржею почався спад виробництва та продажів (продано 20 млн. автомобілів порівняно з 23,5 млн. у 2014 році). Також падіння продажів сталося у багатьох країнах Латинської Америки, де стан економіки значною мірою залежить від ціни нафти (а вона знизилася майже втричі). Звуження світового авторинку також обумовлено гучним скандалом у зв'язку з фальсифікацією компанією Volkswagen даних про екологічну чистоту своїх автомобілів [31]. Ситуація є настільки серйозна, що цьому концернові, який входить у п'ятірку світових лідерів, загрожує банкрутство. На звуження світового автомобільного ринку також впливає розвиток моделі спільного використання. Дедалі більше людей у світі надають перевагу поїздкам на попутному транспорті (інтернет-сервіси типу Uber або Bla-Bla-Car стають усе більш популярними) й короткостроковій оренді автомобілів. І хоча такі ринки, як Індії та Бразилії продовжують розвиватись, заробити на них дуже складно, оскільки місцеві жителі надають перевагу купівлі дешевих автомобілів – за 3-4 тис. дол. США [31].

Другою особливістю світового автомобільного ринку в сучасних умовах є його уніфікація та «китаїзація» заради зниження ціни. За умов скорочення попиту виробники змушені думати над тим, щоб максимально знизити ціну на автомобілі без шкоди для якості (норми безпеки при ДТП і жорсткі екологічні норми діють в усьому світі). Перш за все, для досягнення зазначеної цілі – уніфікація автомобілів, що призводить до економії на розробці та виробництві комплектуючих. Так, звичайним явищем стало, коли на одній базі здійснюється випуск до 30 моделей абсолютно різних автомобілів. І якщо раніше так чинили всередині одного концерну (наприклад, моделі Renault та Nissan багато в чому повторюють один одного, а Audi всередині дуже важко відрізнити від Skoda та Volkswagen), то зараз звичайним явищем є навіть співробітництво між конкурентами. Заради зниження ціни сьогодні здійснюється перенесення виробництва у Китай, де вже сьогодні працюють 23 великих спільних підприємства [31].

Незважаючи на падіння продажів на китайському ринку, місцеві виробники продовжують розвиватись і навіть купувати європейські компанії (заради технологій та патентів). Так, китайська промгрупа BAIC Motors Corp здійснює переговори про купівлю частки у Daimler AG, лише підвищивши вартість акцій німецького концерну.

Третьою особливістю світового автомобільного ринку є те, що в останні роки на його розвиток зростає вплив технологічних інновацій у розробці силових агрегатів автомобілів. У зв'язку з подорожчанням пального для автомобілів та забрудненням навколишнього природного середовища споживачі хочуть купувати більш економічні автомобілі. Свою роль у цьому відіграють і уряди, встановлюючи все більш жорсткі екологічні норми на викиди шкідливих речовин автомобілями. Декілька компаній уже продають на ринку автомобілі з гібридними паливно-електричними двигунами. Серед них: Toyota, Lexus, Volkswagen, Honda [33].

Розробляються автомобілі виключно на електричній енергії, водневих паливних елементах. Варто зазначити, що у Японії почалися продажі

першого в світі серійного автомобіля з водневим двигуном – седана Mirai («Майбутнє») виробництва компанії Toyota Motor Corp. Значне збільшення виробництва авто на водні (до 50 тис. на рік) буде досягнуто у 2020 році, коли в Токіо пройдуть літні Олімпійські ігри. А в 2030 р. вже кожен десятий проданий у Японії авто буде на водневих паливних елементах, що, за прогнозом консалтингової компанії Deloitte Tohmatsu Consulting Co., забезпечить японській економіці додаткові 36,9 млрд. дол. прибутку [61]. Підвищений попит на екологічно безпечні автомобілі з електричними й гібридними двигунами спостерігається в Китаї, для якого актуальна проблема забрудненого навколишнього середовища. Також актуальні екологічно безпечні автомобілі для густонаселеної Індії. Можливо, зростання попиту на електромобілі підвищиться в 2016 році, тому що долар поки непохитно зростає, і ціна на бензин – разом з ним [56].

Четвертою особливістю світового автомобільного ринку є також те, що на ньому активно відбуваються зміни країн-лідерів як з виробництва, так і продажів автотранспортних засобів. Корпорація Toyota вперше здобула світове лідерство з продажів автомобілів у 2008 році, обігнавши General Motors, яка тримала пальму першості протягом понад семи десятиліть. У 2011 році позиції Toyota погіршилися через цунамі та землетрус у Японії, які негативно позначилися на виробництві. Однак, уже в 2012 р. Toyota відновила лідерство, яке й зберігала протягом останніх трьох років [31]. Проте, у першому півріччі 2015 р. німецький автоконцерн Volkswagen AG обігнав японського конкурента. Однак, міжнародний скандал, що спалахнув у вересні 2015 р. довкола найбільшого німецького автовиробника через дефектне програмне забезпечення своїх автомобілів з дизельними двигунами, змусив Volkswagen призупинити продажі дизельних авто на низці ринків. США зобов'язали відкликати з американського ринку півмільйона автомобілів. Volkswagen визнав, що несправне програмне забезпечення встановили на 11 млн. авто. За перші дев'ять місяців 2015 р. Toyota продала 7,49 млн. авто, Volkswagen – 7,43 млн., General Motors – 7,2 млн. [42].

Одним з найбільш розвинених товарних ринків є світовий автомобільний ринок, на якому сконцентрована величезна кількість виробників та продавців автотранспортних засобів. Світові лідери з виробництва й продажу авто з року в рік виборюють своїх споживачів, здійснюючи постійний пошук нових ринків збуту автомобільної продукції. 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.

На світовому автомобільному ринку здійснилася зміна лідера як у виробництві автотранспортних засобів (яким став Китай, потіснивши американські та японські компанії), так і на ринку продажів (тепер першість за японською корпорацією Toyota, яка посунула німецького виробника авто Volkswagen та американського General Motors). Глобальний автомобільний ринок до 2030 р., за прогнозами світових аналітиків, може досягти 125-130 млн. одиниць (на 40-45% більше порівняно з 2015 р.), з яких 75 % – це легкові автомобілі та 25% – комерційні. Провідну роль відіграватиме Китай, об'єм автомобільного ринку якого збільшиться до 40 млн. автомобілів. Також істотно виростуть ринки Індії, Бразилії та низки азійських країн.

У підсумку зазначимо, що за останні роки спостерігаються такі тенденції на світовому ринку легкових автомобілів:

- Споживачі чутливі до національного виробництва і бренду. Якщо в країні споживання розміщено виробництво глобального бренду, то споживач купує автомобіль локального виробництва і має сталу культуру споживання національного бренду. Toyota – перша в світі по об'єму продаж автомобілів, але якщо вона немає виробничих потужностей в країні споживання і якщо

країна – є виробником автомобілів, то компанія немає лідерських позицій на ринку.

- Наступає ера усвідомленого споживання, так як періодичні світові та регіональні кризи вплинули на поведінку споживача, тому зараз він поводить себе раціонально, а тому вартість автомобіля буде визначним при його покупці особливо в розвинених країнах.

- В країнах, що розвиваються є тенденція збільшення об'ємів продаж автомобілів преміум сегмента. Це пояснюється поступовим насичення ринку та довгий час наявністю незадоволених потреб і відсутністю доступу до розкоші.

- Існує схожість споживання в географічних регіонах.

- Від розвитку інфраструктури та доходів залежить споживання автомобілів. Компактні, дешеві, застарілі та малолітражні автомобілі купуються в найбільш розвинених країнах.

- Наступила ера компактних та малолітражних автомобілів А та В класу, які є найдешевші, маневрені та дешеві в володінні.

- Позашляховики та пікапи найкраще продаються у «великих» країнах або в країнах з відсутністю інфраструктури.

- Збільшення продаж автомобілів альтернативного палива чи гібридів.

- Інтернеталізація автомобілів.

- Збільшення продаж дизельних авто.

2.3. Результативність інноваційної політики автомобільних корпорацій

На підставі концепцій і практики управління інноваційною діяльністю в провідних транснаціональних корпораціях вітчизняні науковці запропонували інтегровану систему інноваційного менеджменту транснаціональних корпорацій (рис. 2.1). Запропонована модель включає 4 групи взаємозв'язаних інструментів, кожна з яких віддзеркалює наведені

вище концепції управління інноваційною діяльністю в ТНК. Базовою ланкою моделі є пошукові інструменти, які безпосередньо впливають (суцільні стрілки) як на фінансові інструменти, так і на функціональні. Звичайно, між зазначеними інструментами існують і зворотні зв'язки, позначені на рисунку штрихованими стрілками. Завершальною ланкою моделі є система комерціалізації інновацій, склад інструментів якої безпосередньо залежить, з одного боку, від функціональних інструментів, з іншого – від можливостей і типів фінансування (суцільні стрілки). Звичайно, комерціалізаційна ланка справляє зворотний вплив на функціональну і фінансову ланки [48].



Рис. 2.1. Інтегрована система інноваційного менеджменту

Джерело: [48]

В межах даної концепції варто наголосити, що на сучасному автомобільному ринку існує декілька важливих факторів, які мають вплив на розробку нових продуктів та виробничо-маркетингову політику корпорацій:

1. Вартість палива (дизель та електроавтомобілі).
2. Доступ до Інтернету та диджиталізація.
3. Стандартизація моделей.
4. Захист навколишнього середовища.
5. Зміна структури населення з перевагою населення міст.

6. Безпека.
7. Перенесення виробництва в низько-затратні регіони.
8. Використання легких матеріалів для виробництва автомобілів.

Машини вже не є просто машинами, вони перетворилися на комп'ютери на колесах. У сучасних автомобілях зосереджено більше обчислювальної потужності, ніж в комп'ютерах або смартфонах, і вони просто нафаршировані різного роду сенсорами [44].

Інновації мають бути користувачеві по кишені, Компанії, що займають більш високі позиції в світовому рейтингу виробників, виявилися здатні запропонувати своїм покупцям високі технології за прийнятні гроші. Іншими словами, експерти, вважають, що головне в сучасних автомобілях не просто максимальна комплектація, а оптимальне поєднання новітніх технологій з розумною ціною. Тому компактні машини з високою безпекою і відмінною економічністю більш затребувані, ніж преміум-автомобілі з максимальним укомплектуванням. Ось чому у рейтингу немає таких брендів, як Jaguar або Land Rover, а скромний Hyundai випередив навіть Honda і Audi.

Інноваційні гібридні автомобілі, а також революційні моделі, і зовсім обходяться без бензину, безумовно, є майбутнім. Такі машини ще дорогі, а їх експлуатація пов'язана з безліччю складнощів. Цим пояснюється той факт, що Tesla Motors, що випускає, можливо, найкращі у світі електромобілі, і Renault, також докладає величезних зусиль для відмови від спалюваного пального у своїх нових моделях, поки стоять в кінці рейтингу.

Автовиробникам необхідно постійно думати над тим, як зробити автомобіль безпечним, екологічним та економічним та й ще за доступною ціною. Це можливо тільки шляхом використання надлегких матеріалів у виробництві, таких як пластик, алюміній, титан. Вже майже всі моделі Audi вироблені з алюмінію, а Citroen – пластику.

Компанія Boston Consulting Group проводить рейтинг найбільш інноваційних компаній в світі. За результатами 2014 р. перше місце серед автомобільних компаній та сьоме серед всіх компаній світу зайняла компанія

Tesla, яка виробляє тільки електромобілі, а десяте – несподівано китайська компанія Geely. Інновації є одним із інструментів розробки нових автомобілів та конкурентної боротьби в майбутньому.

Таблиця 2.5

Рейтинг найбільш інноваційних підприємств в автомобільній галузі

Рейтинг серед всіх підприємств	Рейтинг в автоіндустрії	Назва компанії
7	1	Tesla motors
8	2	Toyota
18	3	BMW
19	4	Ford
21	5	VW
25	6	Mercedes
26	7	GM
28	8	Audi
32	9	Fiat
33	10	Geely

Джерело: [73]

Найбільші автомобілебудівні компанії світу, такі як General Motors, Ford, Volkswagen, Toyota та Hyundai продовжують вести наукові дослідження в сфері розробки гібридів та електромобілів. В Україні ж ще у 2005 р. було розроблено систему комбінованого живлення для моделі «Таврія-Гібрид» та нову версію електроустаткування електромобіля «Таврія-Електро», які успішно пройшли дорожні випробування. Але в подальшому ці роботи припинені [66]. Компанія Ford Motors активно працює над розробкою та впровадженням інновацій. Наприклад, вона об'єднала свої зусилля із корпорацією Sunpower для розробки програми «Drive Green for Life», яка пропонує власникам електромобілів Ford Focus встановлення на даху своєї машини сонячної батареї, щоб компенсувати електроенергію, необхідну для підзарядки. Компанії Ford і Toyota дійшли попередньої згоди про спільні зусилля в розробці гібридної системи для пікапів та позашляховиків, що дозволить першій відповідати нормам економії палива, які постійно стають більш жорсткими [66]. Світовий досвід підтверджує ефективність використання потенціалу міжнародного науково-технічного співробітництва,

логістичних центрів. Створення альянсів з іноземними компаніями дає можливість реалізації спільних високотехнологічних проєктів, вдосконалення існуючих мереж постачання комплектуючих, використання досвіду та кваліфікації працівників тощо, що уможлиблює зниження операційних, маркетингових і логістичних витрат [41].

Підприємства із високим рівнем інноваційної активності, а отже і конкурентоспроможності, – це підприємства з високим рівнем стратегічного мислення менеджменту, який вміє гнучко і вчасно реагувати на зміни у зовнішньому середовищі і посилювати свої позиції. Автомобілебудівні компанії на сьогоднішньому етапі потребують інноваційних рішень в усіх сферах життєдіяльності – при впровадженні екологічних стандартів, переходу на «Євро-4» і «Євро-5», розширенні масштабу використання альтернативних джерел енергії при експлуатації автомобілів(наприклад, перехід на електричні і гібридні автомобілі). Уваги потребує також науково-технологічне співробітництво з провідними зарубіжними автокомпаніями. Необхідно стимулювати маркетингову інноваційну діяльність для просування продукції автомобілебудівної промисловості на перспективні ринки. Високі валютні ризики, зокрема, зміцнення японської ієни, заставляє автовиробників , в тому числі Toyota , змінювати маркетингову географію і відкривати виробництво в деяких європейських країнах, проводити додаткові маркетингові дослідження вигідних ринків і клієнтів. Це обумовлює необхідність інтегрованого управління маркетингом і логістикою для ефективного регулювання матеріальних і фінансових потоків, залежно від стадій життєвого циклу продукції, компанії і галузі, розширювати можливості застосування найновіших досягнень для зниження ризику підприємницької діяльності і управління якістю продукції.

Аналіз представлених у другому розділі автомобільних корпорацій дозволив виявити найбільш інноваційні компанії. Аналізуючи цілі їхньої політики варто зазначити, що до основних відносяться:

- скорочення витрат виробництва за рахунок використання більш дешевих комплектуючих. Даної політики притримуються автомобільні компанії азійських країн (Isuzu Motors, Geely, Daihatsu), які використовують дешеві комплектуючі задля виробництва дешевих автомобілів. Інноваційна політика даних компаній націлені на масове споживання, тобто краще продавати більше і отримувати з однієї одиниці продукції менше прибутку, але продавати більші обсяги автомобілів. Дана політика є ефективною, оскільки компанії задовольняють потреби більшої частини населення з середнім та нижче середнього доходів;

- орієнтація на певне коло споживачів (в основному багатих верств населення), виробляючи автомобілі найвищого класу. Світомі компанії, для прикладу Bentley, для виробництва автомобілів використовують найновітніші технології, та найдорожчі електронні, навігаційні пристрої. Таким чином, за допомогою інновацій, компанія задовільняє потреби найбільш вибагливих споживачів. Орієнтація політики відбувається в напрямку не кількості а найвищого рівня якості;

- орієнтація на екологію. Це один з найпопулярніших напрямів інноваційної політики на сучасному етапі. Міжнародні організації, уряди країн світу, екологічні відомства наголошують на необхідності зміни курсу розвитку економік в напрямку до низьковуглецевого. Це означає, що багато високорозвинутих країн і країн, що розвиваються реалізують політику скорочення обсягів шкідливих викидів в атмосферу. Оскільки пропаганда підвищення рівня екології та турботи за майбутнє надзвичайно сильно впливає на свідомість людей, автовиробники свої інноваційні політики спрямували саме в цьому напрямку. До однієї з найбільш інноваційних компаній відноситься Tesla, виробник автомобілів виключно з електродвигунами, які не шкодять довкіллю. Варто зазначити, що така політика, зважаючи на тенденції екологізації, стала для компанії виграшною і позитивно вплинула на зростання прибутковості компанії та зростання її іміджу в світі. Поряд з Tesla активно політику екологізації не лише продукції,

але й виробництва активно впроваджують Nissan, BMW та Toyota. Однак наявні ресурси даних компаній не дозволяють їм повністю перейти на виробництво лише автомобілів з електродвигунами, оскільки дані компанії мають значну історію, а сегмент продукції яку вони випускають задовільняє широке коло споживачів. Зокрема, для прикладу товарний асортимент компанії BMW налічує близько 15 різних моделей для різних споживачів та різних потреб, починаючи від персонального використання, так і в цілях бізнесу.

Американська консалтингова компанія «Oliver Wyman» виділяє 6 типів інноваційної діяльності автомобільних корпорацій [82]:

Таблиця 2.6

Типи інноваційних політик автомобільних корпорацій

№	Тип	Ідея інновації	Спрямованість і співробітництво	Бізнес ідея	Приклад компаній
1	Brand builder	Орієнтованість на бренд; Інноваційний продукт; Середній обсяг продажу; Заможні клієнти.	Спеціалізація; Сильний постачальник; Кооперативи та науково-дослідні роботи; Аутсорсинг.	Імідж бренду; Преміум сегмент; Сильний захист програми капіталовкладень.	BMW Mercedes-Benz Jaguar Audi
2	Fast follower	Покращення інновацій; Вихід на масовий ринок	Вибіркові кооперативи; Широкий розвиток досліджень та розробок; Аутсорсинг	Низькі витрати; Помірний захист програми капіталовкладень.	Daewoo Hyundai
3	Mass-market adapter	Адаптація і покращення існуючих інновацій.	Аутсорсинг; Обмежена мережа.	Низькі витрати; Слабкий захист програми капіталовкладень.	Ford GM
4	Architectural revolutionizer	Основна увага зосереджена на процесі інновації; Перехід до нішевого ринку.	Мережевий будівельник; Модуляризація; Обмежений НДДКР; Аутсорсинг.	Витратоорієнтовні інновації; Дуже сильний захист програм капіталовкладень.	Toyota VW Honda
5	High-end optimizer	Преміум продукт інновації технічних систем.	Спеціалізація; Обмежений аутсорсинг.	Інновації; Захист програми капіталовкладень.	Porsche Hummer Tesla Motors
6	Cost and process specialist	Інновації на основі нового виробництва; Орієнтація на клієнтів	Середній рівень аутсорсингу	Дешевий продукт; Дуже сильний захист програм капіталовкладень.	Kia Dacia Renault

Джерело: [82]

Висновки до другого розділу

У підсумку зазначимо, що аналіз статистичної інформації дозволив зробити висновок про те, що до найбільш забруднених країн в аспекті викидів в атмосферу CO₂ належать високорозвинуті країни з потужним промисловим комплексом (Катар – 45,42 тон на душу населення, Кувейт – 25,22 тон, Бахрейн – 23,45 тон, Саудівська Аравія – 19,53 тон, США – 16,49 тон, Канада – 15,12 тон, Російська Федерація – 11,86 тон, Корея – 11,57 тон). До найменш забруднених належать маленькі низькорозвинуті держави (Бурунді – 0,04 тон, Сомалі – 0,05 тон, Чад – 0,05 тон, Нігер – 0,11 тон, Ефіопія – 0,12 тон), деякі з них навіть острівні, які мають не надто розвинений промисловий комплекс, та обмежені природні ресурси. Про розвиток «Зеленої» економіки свідчать дані про обсяги видобутку відновлюваної електроенергії, зокрема в 2003 р. % відновлювальної енергії в загальному обсязі виробленої електроенергії складав 17,38, натомість в 2015 р. – 22,85, що на 31,5 відсоткових пунктів більше.

Одним з найбільш розвинених товарних ринків є світовий автомобільний ринок, на якому сконцентрована величезна кількість виробників та продавців автотранспортних засобів. Оцінка стану та тенденцій розвитку автомобільних корпорацій показала, що регіонами – лідерами виробництва та світового зростання є: країни Африки, Індія, Азії та Океанії та Китай. Незначне зростання автомобільної індустрії в країнах ЄС (2%). Катастрофічна ситуація з виробництвом автомобільного транспорту в Південній Кореї – зменшення виробництва становить 441 тис. од (10%) та США – 910 тис. од (8%). Найбільшими темпами збільшується виробництво автомобільного транспорту у Китаї - 118%, Індія – 116%, Мексика – 114%, Італії та Франція – 113%, Бразилія – 111%, Японії – 104%. 90% світового

виробництва автомобілів створюють 20 перших транснаціональних корпорацій зі списку Global 2000 журналу Forbes: Toyota Motor, Volkswagen Group, Daimler, Ford Motor, General Motors, BMW Group, Honda Motor, Hyundai Motor, SAIC Motor, Renault, Tata Motors, Fuji Heavy Industries, Peugeot, Suzuki Motor, Fiat Chrysler, Dongfeng Motor Group, Mazda Motor, Isuzu Motors, Geely.

Автовиробникам необхідно постійно працювати над тим, як зробити автомобіль безпечним, екологічним та економічним та й ще за доступною ціною. Це можливо лише з застосуванням інновацій та новітніх технологій. До найбільш популярного інноваційного напрямку є розробка електричних двигунів, які зменшують викиди в атмосферу та сприяють розвитку низьковуглецевої економіки. До найбільш інноваційних автомобільних компаній віднесено: Tesla motors, Toyota, BMW, Ford, VW, Mercedes, GM, Audi.

РОЗДІЛ 3

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ АВТОМОБІЛЬНИХ КОРПОРАЦІЙ

3.1. Коригування цілей інноваційної політики

Цілі інноваційної політики будь-якого підприємства формуються під впливом багатьох факторів, зокрема внутрішніх та зовнішніх. Серез зовнішніх факторів найбільший вплив на інноваційність підприємства має політика держави, зокрема в аспекті сприяння науково-технічному прогресу. Отже, чим більше держава працює задля покращення інвестиційно-інноваційного клімату, тим простіше підприємству реалізовувати інноваційну політику. До найбільш вагомих внутрішніх факторів доцільно віднести ресурси підприємства та його готовність впроваджувати інновації у виробництво. Також до визначальних тенденцій сучасного бізнесу варто віднести тенденцію до скорочення витрат на виробництво, оскільки надзвичайно жорсте конкурентне середовище зумовлює необхідність пошуку методів утримання рівня прибутку на достатньому рівні. Усі вищеперелічені фактори визначають інноваційну політику автовиробників.

Автомобільні компанії намагаються впроваджувати інновації та бути креативними, щоб впоратися з новими нормативними нормами. Вони зосереджують увагу на дизайні продукту, намагаючись покращити поточні характеристики галузі та зробити її більш сучасною та прогресивною завдяки інноваціям. Вони намагаються шукати рішення різних актуальних проблем, що призводить до створення, проектування та виготовлення гібридних транспортних засобів, а також поєднують використання як корисних копалин, так і електричної енергії для виготовлення електромобілів.

Для реалізації цих стратегій багато компаній вирішили не робити це окремо. Таким чином, підписувалися угоди про співпрацю, з постачальниками (для виробництва), а також зі своїми конкурентами. Для

останнього основне призначення, яке веде до прийняття ці угоди є це висока вартість та ризик, який можуть виникнути через імплементацію інноваційної політики. Прикладом подібного співробітництва можна вважати передачу знань, що відбувається між General Motors та Toyota з NUMMI, завдяки якій компанії були здатні генерувати нову інноваційну політику.

Співпраця між компаніями-виробниками автомобілів стає дедалі частішою стратегією. Подібні союзи вважаються майбутнім для компаній по всьому світу, незалежно від їх розміру або сектора, до якого вони належать, і вони стають обов'язковими, особливо коли конкуренція зростає. Перевагу подібних угод за останні роки в основному пояснюється збільшенням конкуренції, яка змушує компанії використовувати їх як спосіб підвищення їх конкурентоспроможності, не втрачаючи автономії та гнучкості, а також значно скорочуючи інвестиції у необхідних ресурсах в порівнянні з іншими параметрами. Подібна співпраця в глобальному масштабі ефективно дозволяє досягти власних цілей інноваційної політики окремої компанії.

Стратегічна мотивація як ціль інноваційної політики також є важливою, ніж інші типи мотивації. В основі співпраці лежить стратегічний компонент, оскільки це впливає на конкурентну позицію партнерів. Саме тому компанії, що раніше конкурували на ринку, об'єднують свої зусилля в певних проектах, наприклад, Renault і Nissan у об'єдналися для виробництва більш чистих автомобілів, з меншим рівнем викидів CO₂, і тим самим розробляють електричні автомобілі. Щось подібне відбувається з PSA Peugeot Citroen та Mitsubishi Motor Corporation – вони також об'єдналися для проектування та виробництва електричних транспортних засобів.

Отже, в автомобільній промисловості у більшості з перелічених причин компанії підписують угоди про співробітництво. Вони постійно підтримують такі види договорів зі своїми постачальниками. Як зазначено, це стосується стратегічних причин, а також інших причин, таких як:

- економічні;
- організаційні.

Деякі автомобільні компанії пішли далі і підписали угоди з потенційними постачальниками для своїх клієнтів, як це відбувається з Renault і Nissan з енергетичними компаніями Enel and Endesa і Acciona. Німецькі автовиробники, такі як, Audi, BMW, Daimler, Porsche та Volkswagen працюють разом для розробки стандартизованої системи заправки електричних транспортних засобів. З іншої сторони, Toyota, Nissan, Mitsubishi і Subaru створили союз з Токійською електричною компанією Terco.

Забезпечувати здійснення інноваційної політики на підприємстві покликаний інноваційний потенціал як важливий елемент економічного потенціалу підприємства, який безумовно є стратегічним критерієм ефективності функціонування суб'єктів господарювання. Формування інноваційного потенціалу залежить від того, наскільки виробнича система підприємства готова сприйняти інновацію – визнання її у випадку, коли виробнича система заінтересована і підготовлена до впровадження або відторгнення, коли інновації вступають у протиріччя з інтересами підприємства, а виробнича система є не готовою до впровадження.

На основі досвіду сучасних автомобільних корпорацій можна виділити наступні важливі фактори інноваційної політики підприємств в умовах низьковуглецевої економіки:

- уникати діяльності, пов'язаної з надмірною експлуатацією природних ресурсів та порушенням екологічної рівноваги; здійснити необхідні науково-дослідні роботи та виконати розробки щодо стандартизації в галузі екології;

- впроваджувати, де можливо, принцип "забруднювач платить";

- запобігати на урядовому рівні діяльності, яка має шкідливий транскордонний екологічний вплив;

- враховувати екологічні інтереси країн, що розвиваються, беручи до уваги, зокрема, екологічні чинники в міжнародній торгівлі та міжнародному співробітництві; вживати заходів щодо роз'яснення екологічної політики,

залучати до такої діяльності відповідні міжнародні організації і сприяти їм у такій діяльності;

- широко залучати громадськість до діяльності, спрямованої на охорону й збереження довкілля;

- правильно розподілити владні повноваження (місцеві, регіональні, федеральні, національні та на міжнародному рівні) і відповідальність у боротьбі з окремими категоріями забруднень з урахуванням особливостей територій, які треба захищати.

Формуючи інноваційну політику, безумовно існує небезпека, що умови низьковуглецевої економіки впливатимуть на перспективи зростання в окремих країнах. Процес імплементації може призвести до введення обмежень щодо торгівлі через встановлення в односторонньому порядку нормативів або коректування міжнародних цін. При цьому більше можуть постраждати країни, які розвиваються, оскільки у них може не виявитися достатньо можливостей для забезпечення дотримань щодо всесвітньо встановлених жорстоких стандартів, а це в свою чергу може призвести до втрати ринків збуту. Зменшення національного експортного потенціалу може призвести до уповільнення темпів зростання, зниження показника зайнятості та погіршення зовнішньоторговельного балансу.

Субсидії – це один з важливіших інструментів торгової політики, що широко використовується багатьма країнами світу. Вони грають важливу роль у формуванні виробничих потужностей, але одночасно призводять до перекошування структури торгівлі. При цьому виникає дисбаланс на ринках і загострюються економічні, соціальні, екологічні проблеми. Крім того, субсидії часто дозволяють розташовувати виробництва в місцях економічно не вигідних або здійснювати діяльність, яка наносить збитки навколишньому середовищу. Низькі обсяги зовнішньої торгівлі пов'язують, передусім, з тим, що більшість країн субсидують внутрішнє виробництво і використання біопалива. Розповсюдженішою формою державної підтримки є зниження ставки податку на паливо. Однак для залучення інвестицій також

застосовуються позики за зниженими процентами, державні гарантії кредитів і активна підтримка досліджень та розробок. У свою чергу, усунення деяких видів неефективних субсидій сприятиме вивільненню коштів національних бюджетів для рішення важливих екологічних або соціальних питань, а також позитивно вплине на стан навколишнього середовища.

Коригувати інноваційну політику, на наш погляд, доцільно з урахуванням чинників інноваційної діяльності, які мають безпосередній вплив на визначення цілей та окреслення загальної стратегії підприємства в напрямку до інноваційного розвитку. В таблиці 3.1 систематизовано чинники інноваційної діяльності, які згруповано наступним чином: техніко-економічні, організаційно-управлінські, юридичні, соціально-психологічні.

Для сучасних компаній вкрай важливо йти в ногу з часом, адже значна конкуренція на ринку вимагає застосування нових інноваційних рішень. В даному аспекті зазначимо, що проведений в попередньому розділі аналіз свідчить про те, що найбільш популярним інноваційним напрямом розвитку автомобільних компаній є розвиток «зелених» автомобілів, або ж іншими словами розробка та впровадження ресурсозберігаючих технологій, електричних двигунів, удосконалення вже існуючих двигунів в напрямку зменшення споживання палива та викидів в атмосферу.

Таблиця 3.1

Чинники інноваційної діяльності

Група чинників	Стримуючі чинники	Стимулюючі чинники
Техніко-економічні	Відсутність джерел фінансування, слабкість матеріально-технічної та наукової бази; домінування інтересів існуючого виробництва; високий економічний ризик; відсутність попиту на продукцію, відсутність інформації про ринки, ускладнення та дороговизна науково-дослідних розробок; низький науково-інноваційний потенціал підприємств	Наявність резерву фінансових та матеріально-технічних заходів, наявність необхідної господарської та науково-технічної інфраструктури, розвиток конкуренції та скорочення тривалості життєвого циклу наукоємних товарів, збереження науково-технічного потенціалу та державна підтримка інноваційної діяльності

Продовження таблиці 3.1		
Організаційно-управлінські	Сталі організаційні структури, надмірна централізація, консервативність ієрархічних принципів будови організації, перевага вертикальних потоків інформації; установча замкненість, труднощі в міжгалузевих взаємодіях; орієнтація на усталені ринки; орієнтація на короткострокову окупність; відсутність науково-інноваційних організаційних структур, недостатність міжнародного співробітництва	Гнучкість організаційних структур, демократичний стиль управління, перевага горизонтальних потоків інформації, індикативність планування, припущення коригувань, децентралізація, автономія, формування цільових проблемних груп, міжнародна науково-технічна кооперація, створення інноваційної інфраструктури
Юридичні	Недосконалість законодавчої бази з питань інноваційної діяльності, охорони інтелектуальної власності	Законодавчі заходи (пільги, закони), що заохочують інноваційну діяльність
Соціально-психологічні	Опір змінам, які можуть викликати так наслідки, як зміна статусу, необхідність нової діяльності, зміна стереотипів поведінки, існуючих традицій, страх невизначеності, страх відповідальності за помилку, супротив усьому новому, відплив наукових кадрів	Сприйнятливість до змін, нововведень, моральна винагорода, розвиток умов творчої праці, матеріальні стимули.

Джерело: складено автором

У підсумку зазначимо, що значна конкуренція на світовому ринку автовиробників стимулює компанії все більше застосовувати інноваційні технології та шукати нові шляхи досягнення вищого рівня рентабельності та прибутковості діяльності. На сьогодні найбільш популярними напрямками інноваційного розвитку є саме ресурсо та енергозберігаючі технології. Це насамперед, пов'язано з тим, що світова спільнота активізувала роботу стосовно зменшення рівня забруднення планети і багато країн створили стратегії переходу до безвуглецевих економік. Зважаючи на тенденції останніх років, автовиробникам доцільно не лише впроваджувати інновації, але й ефективно управляти ними з урахуванням екологічних норм, вимог та перспектив розвитку низьковуглецевих економік. Саме тому, вважаємо, що на автомобільні компанії повинні якнайшвидше створити та впровадити

системи екологічного менеджменту. Компаніям, які вже мають відповідний підрозділ у своїй структурі, можуть застосовувати еколого-економічний рейтинг.

3.2. Модернізація процесів імплементації інноваційної політики в діяльність корпорацій

Проблеми впровадження інноваційної політики в діяльність корпорацій:

- недосконала нормативно-правова база держав;
- обмеженість доступу до інформації щодо досвіду інших автомобільних компаній з впровадження інноваційної політики;
- постійна зміна керівництва корпорацій;
- опір на виплату дивідендів;
- ризики, які супроводжують впровадження інновацій (невідповідність очікуваного результату);
- зменшення кількості кваліфікованих кадрів.

Під час модернізації процесів реалізації інноваційної політики автомобільних компаній необхідно:

- посилити роль управління в системі адміністративно-господарського управління підприємства;
- враховувати наслідки під час прийняття управлінських рішень;
- розробити власну систему оцінки інноваційної діяльності та інноваційного потенціалу компанії;
- посилити контроль та забезпечити виконання законодавства країни базування;
- стимулювати модернізацію та технічне переоснащення обладнання відповідно до сучасних вимог та тенденцій зміни основних компаній-конкурентів.

Значення інноваційної діяльності автомобільних компаній підсилюється. Інноваційний потенціал підприємств дозволить вдосконалити існуючі та оволодіти новими конкурентоспроможними технологіями – це має стати ключовим фактором подолання економічної кризи та забезпечення економічного зростання. В контексті підвищення конкурентоспроможності автомобільних компаній інновація повинна бути такою, щоб не лише викликати потребу у створенні нового продукту, але й надавати фінансову можливість здійснювати подальші нововведення після його реалізації. Проте остаточну оцінку ефективності інновації дає ринок за рахунок попиту на той чи інший товар. Однак, важливим фактором впровадження інноваційної діяльності є оцінка її ефективності та готовності компанії до інноваційної діяльності.

Отже, важливе значення мають кількісні і якісні показники науково-технічного потенціалу компанії. До даних показників варто віднести:

- матеріально-технічні, що характеризують рівень розвитку НДДКР, оснащеність дослідно-експериментальним обладнанням, матеріалами, приладами, оргтехнікою, комп'ютерами, автоматичними пристроями та ін.;
- кадрові, що характеризують склад, кількість, структуру, кваліфікацію персоналу, що обслуговує НДДКР;
- інформаційні, що характеризують стан інформаційних ресурсів, науково-технічної інформації;
- організаційно-управлінські, що включають необхідні методи організації і управління інноваційними проектами, інформаційними потоками;
- інноваційні, що характеризують наукоємність, новизну і пріоритетність проведених робіт, а також інтелектуальний продукт у вигляді патентів, ліцензій, ноу-хау, раціоналізаторських пропозицій, винаходів і т.д.;
- ринкові, що оцінюють рівень конкурентоспроможності нововведень, наявність попиту, замовлень на проведення НДДКР, необхідні маркетингові заходи по просуванню нововведень на ринок та ін.;

- економічні, що характеризують економічну ефективність нововведень, витрати на проведені дослідження, ринкову вартість інтелектуальної продукції; показники, що оцінюють вартість як власних, так і сторонніх патентів, ліцензій, ноу-хау та інших видів інтелектуальної власності;
- фінансові, що характеризують інвестиції в НДДКР, нематеріальні активи, джерела фінансування (можливість випуску акцій і облігацій, залучення зарубіжного і приватного інвестора і т.д.).

Оцінка науково-технічного потенціалу компанії дасть змогу імплементувати інноваційну політику більш ефективно, враховуючи сильні сторони компанії та наявний інноваційний потенціал. В таблиці 3.2 представлено авторський підхід до групування показників оцінки інноваційного потенціалу в розрізі проведення технологічного аудиту та комплексного аналізу науково-технічного блоку компанії.

Таблиця 3.2

Аудит інноваційної діяльності автомобільних корпорацій

<i>Технологічний аудит</i>	<i>Комплексний аналіз науково-технічного блоку</i>
Внутрішній аудит: Аналіз кожної розробки внутрішніми силами на регулярній основі	Виявлення основних характеристик галузі (характеристики технологічних активів і науково-технічних потреб компанії):
Зовнішній аудит включає (Аналіз із залученням зовнішніх експертів):	1. Характеристика науково-технічної інфраструктури
1. Підготовка плану аудиту, висновок договорів	2. Характеристика системи управління та фінансування
2. Збір інформації про розробки та авторів (анкетування та опитування)	3. Характеристика матеріального забезпечення науково-технічного блоку
3. Інтерв'ю з ключовими учасниками проекту (у випадку якщо оцінюємо конкретний проект)	4. Характеристика управління інтелектуальною власністю
4. Підготовка підсумкового звіту, що містить оцінку розробки та рекомендації	5. Характеристика трудових ресурсів
	6. Характеристика регламентної бази
	7. Характеристика роботи з науково-технічною інформацією та обміну знаннями

Джерело: розроблено автором

Результатами аудиту інноваційної діяльності корпорації повинна бути підготовка рекомендацій щодо оптимізації, реорганізації, вдосконалення та

розвитку корпорації в обраному напрямку. Також проведення даного аудиту дасть змогу компанії більш ефективно управляти інноваціями, а у випадку залучення інвесторів до інноваційного процесу більш чітко обґрунтувати свої позицію та загальну характеристику потенціалу компанії.

Також вважаємо, що компаніям необхідно переглянути або ж створити якщо таких немає, корпоративну систему управління знаннями (рис. 3.1). Запровадження даної системи в автомобільних компаніях дасть змогу більш ефективно імплементувати інноваційну політику. Таким чином на першому етапі впровадження інновацій можна залучити бібліотеку, проектні зони та резерв фахівців до проектування та розробки інноваційного проекту (включно з розробкою необхідного програмного забезпечення). На другому етапі вибрати підрозділ який буде відповідати за інноваційний проект, розробити усі необхідні регламенти, а також провести необхідне навчання персоналу. На третьому етапі впровадження – безпосередня реалізація інноваційного проекту.



Рис. 3.1. Корпоративна система управління знаннями автомобільних корпорацій

Джерело: складено автором

Для впровадження довгострокових інноваційних програм, на наш погляд, необхідно використати наступний алгоритм їх організації:

1. Розробка методики та документів (регламентної бази) по організації системної роботи з виявлення запитів на інновації та організації інноваційної діяльності
2. Формування бази даних технічних, виробничих і технологічних проблем.
3. Формування каналів залучення потенційних учасників вирішення проблем.
4. Конкурси інноваційних проектів.

5. Школи, програми, курси інноваційного менеджменту.
6. Організація консультаційних пунктів, IT-ресурсів, інформаційних баз.
7. Відбір персоналу і формування проектних груп для реалізації інноваційних проектів в інтересах підприємства.
8. Формування інноваційної культури на підприємствах корпорації.

Одним з найважливіших напрямів управління інноваційною діяльністю автомобільних компаній є розробка його інноваційної політики, яка повинна відбуватися в двох напрямках:

- 1) акцент на потребах ринку і споживачів, яким відповідає маркетингова політика підприємства;
- 2) концентрація на ресурсах, тобто досягнення в науковій і виробничій сферах, технологіях, управлінських механізмах, оптимізуючи тим самим використання матеріальних, трудових, фінансових та інформаційних ресурсів суб'єкта господарювання.

Виробництво автомобілів вкрай еколого небезпечно. Оскільки для більш ефективної реалізації інноваційної політики необхідно побудувати тісні відносини з державою базування, а також з урахуванням посилення розвитку низьковуглецевих економік, при реалізації інноваційної політики необхідно врахувати можливості підвищення рівня екології в регіонах де базуються компанії. В даному аспекті основними завданнями компаній повинні бути:

- налагодження екологічно безпечних виробничих процесів (таких, що передбачають відсутність забруднювальних речовин, ефективність ресурсоспоживання, низькі показники енергоємності тощо);
- забезпечення екологічного сумісництва всіх підрозділів підприємства;
- досягнення оптимальних еколого-економічних співвідношень (мінімальна собівартість чи максимальний обсяг випуску продукції за найменших збитків для навколишнього середовища);

- попередження негативної антропогенної дії на природу в процесі виробництва, споживання чи утилізації продукції, яка виготовляється;
- перетворення екологічних обмежень на нові можливості зростання виробничої діяльності (утилізація відходів, упровадження маловідходних технологій тощо);
- оновлення продукції відповідно до соціальної відповідальності перед споживачами та створення привабливого іміджу;
- створення «зеленого» іміджу в очах громадськості;
- стимулювання природоохоронних ініціатив, що вивільняють додаткові фінансові засоби внаслідок зниження витрат (за рахунок зменшення обсягів споживання енергії, природних ресурсів, ліквідації відходів) та зростання доходів (за рахунок продажу поліпшених чи дорожчих «зелених» товарів та створення принципово нової продукції).

Підтримання конкурентних позицій на світовому автомобільному ринку просто неможливе без здійснення зваженої інноваційно-інвестиційної політики, оскільки постійне оновлення технологій та їх розробка потребують значних фінансових затрат. Виходячи із цього, актуальним є обґрунтування методологічні основи розробки бізнес стратегії автомобільних компаній.

Алгоритм рішення досліджуваної проблеми представлений в таблиці 3.3.

При рішенні першого наукового завдання дослідження теоретико-методологічних основ удосконалювання стратегій інвестування в економічних системах основна увага повинна приділятися питанням:

- вивчення методологічних принципів формування стратегії інвестування економічних систем;
- визначення основних тенденцій стратегічного інвестиційного розвитку промислових підприємств в епоху глобалізації економіки;
- виявлення проблеми довгострокового економічного росту компанії і пошук шляхів їхнього рішення.

Алгоритм розробки методологічних основ стратегії розвитку в аспекті здійснення інноваційно-інвестиційної політики автомобільних компаній

№ з/п	Заходи
1	Дослідження теоретико-методологічних основ удосконалювання інвестування
2	Аналіз перспектив стратегічного інвестиційного розвитку компанії
3	Розробка концептуальних положень перспективної інвестиційної політики економічного росту компанії
4	Формування стратегії перспективної інвестиційної політики компанії
5	Тактичні схеми реалізації економічного росту

Джерело: складено автором

При рішенні другого наукового завдання аналізу перспектив стратегічного інноваційно-інвестиційного розвитку автомобільних компаній основна увага повинна приділятися:

- дослідженню методичних основ аналізу, методів оцінки, моделювання й прогнозування інвестиційної діяльності компанії в економічних системах;
- дослідженню впливу зовнішніх і внутрішніх факторів на перспективи стратегічного інвестиційного розвитку компанії;
- моделюванню інвестиційних сценаріїв перспективного розвитку компанії.

При рішенні завдання розробки концептуальних положень перспективної інвестиційної політики в межах стратегії розвитку підприємства повинні вирішуватися наступні завдання:

- визначення основних напрямків стратегічного інвестування для забезпечення економічного росту компанії;
- виявлення базових інструментів перспективної інвестиційної політики економічного росту компанії;
- обґрунтування організаційних основ реалізації концептуальних положень перспективної інвестиційної політики фінансового зростання компанії.

При формуванні бізнес стратегії автомобільних підприємств основна увага повинна бути приділена:

- розробці механізму трансформації концептуальних положень перспективної інвестиційної політики в стратегічні напрямки діяльності компанії;

- визначенню стратегічних напрямків формування й засобів раціонального використання інвестиційних ресурсів;
- розробці системи організаційно-економічних заходів щодо забезпечення реалізації інвестиційної стратегії промислового підприємства.

Формування тактичних схем реалізації перспективної інвестиційної політики економічного зростання компанії припускає:

- моніторинг і прогнозування інвестиційної ринкової кон'юнктури;
- формування інвестиційного портфелю для реалізації перспективної інвестиційної політики економічного росту компаній.

У підсумку варто зазначити, що для більш ефективної реалізації інноваційної політики автомобільних корпорацій необхідно: посилити роль управління в системі адміністративно-господарського управління компанії; враховувати наслідки під час прийняття управлінських рішень; розробити власну систему оцінки інноваційної діяльності та інноваційного потенціалу компанії; посилити контроль та забезпечити виконання законодавства країни базування; стимулювати модернізацію та технічне переоснащення обладнання відповідно до сучасних вимог та тенденцій зміни основних компаній-конкурентів. В роботі запропоновано використовувати технологічний аудит та впровадити комплексний аналіз науково-технічного блоку компанії. Запропоновано також розробити та запровадити на підприємствах корпоративні системи управління знаннями, що дасть змогу більш ефективно впроваджувати інновації.

3.3. Аналіз результативності впливу оновленої інноваційної політики автомобільних компаній США в умовах низьковуглецевої економіки

Для оцінки впливу збільшення інновацій на прибутковість автомобільних компаній США (вихідні дані представлені в другому розділі роботи) доцільно використати математичний інструментарій, зокрема вбудовані функції програмного забезпечення Microsoft Excel.

Лінійний регресійний аналіз полягає у підборі графіка для набору спостережень за допомогою методу найменших квадратів. Регресія використовується для аналізу впливу на окрему залежну змінну значень однієї або кількох незалежних змінних. Для реалізації процедури регресія обираємо у меню «Сервіс» пакет «Аналіз даних» та інструмент аналізу «Регресія»

У першому полі «Вхідний інтервал Y» діалогового вікна введемо інтервал значень результативного показника (тобто чистий прибуток), у друге – «Вхідний інтервал X» – інтервал значень факторного показника (коефіцієнт оборотності активів). В таблиці 3.4 подано показники, які характеризують достовірність побудованої регресійної моделі.

Таблиця 3.4

Показники, що характеризують достовірність моделі регресії

	Df	SS	MS	F	Значущість F
Регресія	1	1,13E+16	1,13E+1	7,4222	0,07228
Залишок	2	4,57E+15	1,52E+1		
Разом	4	1,59E+16			

Джерело: складено автором

Регресія пояснює вплив зміни інноваційної політики автомобільних компаній в напрямку «зелених» технологій на рівень чистого прибутку підприємства. В нашому випадку, y – залежна змінна (чистий прибуток), x – незалежна змінна (коефіцієнт оборотності активів).

$$y = -2,45 + 26,58 * x \quad (3.3)$$

Лінійний коефіцієнт кореляції свідчить про те, що між показниками існує сильний прямий зв'язок ($r=0,84$), а коефіцієнт детермінації показує, що варіація y зумовлюється варіацією x на 71,0 %. Як бачимо з рівняння регресії, при зростанні «зелених» інновацій і чистий прибуток компаній зростатиме. Таким чином, усі вищеперелічені заходи сприятимуть підвищенню обіговості активів підприємства, і як наслідок, покращенню діяльності підприємства.

Окрім оцінки кількісних показників впливу впровадження інновацій доцільно визначити ринкову позицію та обґрунтувати оптимальну стратегію

за допомогою SPACE-аналізу для автомобільних підприємств. Результати бальної оцінки показників за ключовими критеріями для якого наведені в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

Результати бальної оцінки ключових критеріїв за методом SPACE-аналізу для автомобільних компаній США

Критерії	Оцінка, балів	Вага	Загальна оцінка балів (бали*вагу)
<i>Фінансова сила підприємства (ФС)</i>			
Рентабельність власного капіталу	6	0,4	2,4
Стабільність прибутку	5	0,3	1,5
Рівень фінансової стійкості	4	0,3	1,2
Загальна оцінка критерію			5,2
<i>Конкурентоспроможність підприємства (КП)</i>			
Частка підприємства на ринку	6	0,3	1,8
Темпи зростання ринкової частки	4	0,2	0,8
Рентабельність реалізації продукції	5	0,5	2,5
Загальна оцінка критерію			5,1
<i>Привабливість галузі (ПГ)</i>			
Рівень прибутковості галузі	7	0,5	3,5
Стадія життєвого циклу галузі	5	0,3	1,5
Залежність розвитку галузі від кон'юнктури	5	0,2	1
Продовження таблиці 3.5			
Загальна оцінка критерію			6
<i>Стабільність галузі (СГ)</i>			
Стабільність прибутку	6	0,4	2,4
Рівень розвитку інноваційної діяльності в галузі	2	0,2	0,4
Маркетингові та рекламні можливості	5	0,4	2
Загальна оцінка критерію			4,8

Джерело: складено автором

Після отримання загальних оцінок ключових критеріїв будуємо вектор рекомендованої стратегії розвитку підприємства в системі координат SPACE (рис. 3.2).



Рис. 3.2. Матриця SPACE для автомобільних компаній

Початок вектора знаходиться в точці початку координат, кінець вектора - в точці А з координатами:

$$X = ПГ - КП = 6 - 5,1 = 0,9$$

$$Y = ФС - СГ = 5,2 - 4,8 = 0,4$$

Отже, відповідно до проведеного аналізу оптимальною для компаній є агресивна стратегія (т. А 0,9:0,4).

Активна наступальна стратегія (стратегія лідерства) – означає поставлення за мету стати першим, провідним підприємством у певній сфері діяльності та збуту. Зазвичай навіть великі і потужні підприємства не ризикують використовувати її для широкого кола видів продукції. Як правило, вона застосовується лише до одного чи кількох окремо взятих продуктів, там, де створені сприятливі умови для проведення такої стратегії (ресурси, науково-технічний потенціал). Активна наступальна стратегія є

вкрай ризиковою з позицій завоювання і збереження ринкових позицій і пов'язана зі значними витратами ресурсів.

Технологічне і ринкове лідерство ґрунтується на розробленні базисних, радикальних інновацій. Реалізація стратегії лідерства потребує ґрунтового науково-дослідного забезпечення: широкого фронту науково-дослідних робіт у суміжних галузях і постійного зв'язку з фундаментальними дослідженнями; постійного огляду найважливіших результатів НДР з метою впровадження їх у виробництво; оперативних змін пріоритетів фінансування залежно від очікуваних результатів маркетингу. У сфері дослідно-конструкторських робіт має бути створена потужна база, особливо важливою є наявність кваліфікованого персоналу, налагодження постійних зв'язків між усіма ланками в інноваційному процесі.

Висновки до третього розділу

Формуючи інноваційну політику, великі автомобільні компанії повинні брати до уваги небезпеки, які виникають стосовно розвитку безвуглецевих економік. Безумовно є небезпека, що «зелений протекціонізм» впливатиме на перспективи зростання в окремих країнах. Процес екологізації глобальної економіки може призвести до введення обмежень щодо торгівлі через встановлення в односторонньому порядку нормативів або коректування міжнародних цін. Також є небезпека від застосування екологічних стандартів, які у цілому мають важливе значення для переходу до «зеленої економіки», але можуть призвести до нової форми протекціонізму.

Коригувати інноваційну політику, на наш погляд, доцільно з урахуванням чинників інноваційної діяльності, які мають безпосередній вплив на визначення цілей та окреслення загальної стратегії підприємства в напрямку до інноваційного розвитку. Значна конкуренція на світовому ринку автовиробників стимулює компанії все більше застосовувати інноваційні технології та шукати нові шляхи досягнення вищого рівня рентабельності та

прибутковості діяльності. На сьогодні найбільш популярними напрямками інноваційного розвитку є саме ресурсо та енергозберігаючі технології. Це насамперед, пов'язано з тим, що світова спільнота активізувала роботу стосовно зменшення рівня забруднення планети і багато країн створили стратегії переходу до безвуглецевих економік.

Для більш ефективної реалізації інноваційної політики автомобільних корпорацій необхідно: посилити роль управління в системі адміністративно-господарського управління компанії; враховувати наслідки під час прийняття управлінських рішень; розробити власну систему оцінки інноваційної діяльності та інноваційного потенціалу компанії; посилити контроль та забезпечити виконання законодавства країни базування; стимулювати модернізацію та технічне переоснащення обладнання відповідно до сучасних вимог та тенденцій зміни основних компаній-конкурентів.

Відповідно до проведеного SPACE аналізу оптимальною для компаній США є агресивна стратегія, що означає поставлення за мету стати першим, провідним підприємством у певній сфері діяльності та збуту. Як правило, дана стратегія застосовується до одного чи кількох окремо взятих продуктів, там, де створені сприятливі умови для проведення подібної інноваційної політики (ресурси, науково-технічний потенціал). Активна наступальна стратегія є вкрай ризиковою з позицій завоювання і збереження ринкових позицій і пов'язана зі значними витратами ресурсів.

ВИСНОВКИ

Проведені в магістерській роботі дослідження інноваційної політики автомобільних компаній в умовах поглиблення конкуренції в галузі дозволили зробити наступні висновки:

Визначаючи місце інновацій у низьковуглецевій економіці, в роботі наголошено, що без впровадження інновацій досягти поставлених цілей щодо зменшення шкідливих викидів в атмосферу є неможливим. Загалом в робота проведено аналіз теоретичних підходів науковців щодо трактування поняття інновація. У найбільш загальному значенні, інновації – це кінцевий результат інноваційної діяльності, у вигляді нового чи удосконаленого продукту або технологічного процесу, який наділено якісними перевагами при використанні та проектуванні, виробництві, збуті, використовується у практичній діяльності та має суспільну перевагу. Також на основі здійснено аналізу визначено, що низьковуглецева економіка – це економіка з низькими викидами вуглецевих сполук, яка ефективно використовує ресурси і відповідає інтересам всього суспільства. А метою «зеленої» економіки є формування дієвого середовища для економічного і соціального прогресу, що базується на мінімізації негативного впливу на довкілля та ефективному використанні природних ресурсів при збереженні гідного рівня життя населення

Окреслення сутнісних аспектів інноваційної політики дало змогу зробити висновок, що інноваційна політика держави спрямована на господарське використання науково-технічного потенціалу, на зміцнення внутрішніх зв'язків у науково-технічному комплексі. Формування інноваційної політики пов'язане насамперед з переорієнтацією системи державного регулювання на всебічне заохочення підприємництва, приватної ініціативи. До основних типів інноваційної політики держав відносимо: політику технологічного поштовху; політику ринкової орієнтації; політику

соціальної орієнтації; політику, спрямована на реформування економічної структури господарського механізму.

Оцінка методичних підходів до обґрунтування механізму розробки та реалізації інноваційної політики показала, що набір методів і засобів державної інноваційної політики досить широкий. Це різні державні заходи, які стимулюють інноваційну активність бізнесу; коригування податкового, патентно-ліцензійного законодавства; амортизаційних відрахувань; регулювання передавання технології; система контрактних взаємовідносин; зняття ряду обмежень щодо охорони навколишнього середовища, антитрестівського законодавства; різні форми підтримки міжорганізаційної кооперації та малого інноваційного бізнесу. Основними підходами до реалізації інноваційної політики є: залучення сучасних технологій із-за кордону; об'єднання зусиль держави й бізнесу в напрямі фінансового забезпечення розвитку власної бази наукових досліджень; розбудова переважно інституційного середовища всередині країни.

Аналіз показників країн з низьковуглецевою економікою показав, що до найбільш забруднених країн в аспекті викидів в атмосферу CO₂ належать високорозвинуті країни з потужним промисловим комплексом (Катар – 45,42 тон на душу населення, Кувейт – 25,22 тон, Бахрейн – 23,45 тон, Саудівська Аравія – 19,53 тон, США – 16,49 тон, Канада – 15,12 тон, Російська Федерація – 11,86 тон, Корея – 11,57 тон). До найменш забруднених належать маленькі низькорозвинуті держави (Бурунді – 0,04 тон, Сомалі – 0,05 тон, Чад – 0,05 тон, Нігер – 0,11 тон, Ефіопія – 0,12 тон), деякі з них навіть острівні, які мають не надто розвинений промисловий комплекс, та обмежені природні ресурси. Про розвиток «Зеленої» економіки свідчать дані про обсяги видобутку відновлюваної електроенергії, зокрема в 2003 р. % відновлювальної енергії в загальному обсязі виробленої електроенергії складав 17,38, натомість в 2015 в. – 22,85, що на 31,5 відсоткових пунктів більше.

Оцінка стану та тенденцій розвитку автомобільних корпорацій показала, що регіонами – лідерами виробництва та світового зростання є: країни Африки, Індія, Азії та Океанії та Китай.

Незначне зростання автомобільної індустрії в країнах ЄС (2%). Катастрофічна ситуація з виробництвом автомобільного транспорту в Південній Кореї – зменшення виробництва становить 441 тис. од (10%) та США – 910 тис. од (8%) .

Найбільшими темпами збільшується виробництво автомобільного транспорту у Китаї - 118%, Індія – 116%, Мексика – 114%, Італії та Франція – 113%, Бразилія – 111%, Японії – 104%. 90% світового виробництва автомобілів створюють 20 перших транснаціональних корпорацій зі списку Global 2000 журналу Forbes: Toyota Motor, Volkswagen Group, Daimler, Ford Motor, General Motors, BMW Group, Honda Motor, Hyundai Motor, SAIC Motor, Renault, Tata Motors, Fuji Heavy Industries, Peugeot, Suzuki Motor, Fiat Chrysler, Dongfeng Motor Group, Mazda Motor, Isuzu Motors, Geely.

Здійснений аналіз результативності інноваційної політики автомобільних корпорацій дозволив зробити висновок, що автовиробникам необхідно постійно працювати над тим, як зробити автомобіль безпечним, екологічним та економічним та й ще за доступною ціною. Це можливо лише з застосуванням інновацій та новітніх технологій. До найбільш популярного інноваційного напрямку є розробка електричних двигунів, які зменшують викиди в атмосферу та сприяють розвитку низьковуглецевої економіки. До найбільш інноваційних автомобільних компаній віднесено: Tesla motors, Toyota, BMW, Ford, VW, Mercedes, GM, Audi.

Визначаючи напрями коригування цілей інноваційної політики зроблено висновок, що значна конкуренція на світовому ринку автовиробників стимулює компанії все більше застосовувати інноваційні технології та шукати нові шляхи досягнення вищого рівня рентабельності та прибутковості діяльності. На сьогодні найбільш популярними напрямками інноваційного розвитку є саме ресурсо та енергозберігаючі технології. Це

насамперед, пов'язано з тим, що світова спільнота активізувала роботу стосовно зменшення рівня забруднення планети і багато країн створили стратегії переходу до безвуглецевих економік. Зважаючи на тенденції останніх років, автовиробникам доцільно не лише впроваджувати інновації, але й ефективно управляти ними з урахуванням екологічних норм, вимог та перспектив розвитку низьковуглецевих економік. Саме тому, вважаємо, що на автомобільні компанії повинні якнайшвидше створити та впровадити системи екологічного менеджменту. Компаніям, які вже мають відповідний підрозділ у своїй структурі, можуть застосовувати еколого-економічний рейтинг.

Для більш ефективної реалізації інноваційної політики автомобільних корпорацій необхідно: посилити роль управління в системі адміністративно-господарського управління компанії; враховувати наслідки під час прийняття управлінських рішень; розробити власну систему оцінки інноваційної діяльності та інноваційного потенціалу компанії; посилити контроль та забезпечити виконання законодавства країни базування; стимулювати модернізацію та технічне переоснащення обладнання відповідно до сучасних вимог та тенденцій зміни основних компаній-конкурентів.

За допомогою регресійного інструментарію в роботі визначено позитивний вплив інноваційної політики на прибутковість автомобільних корпорацій. Також з допомогою SPACE-аналізу в роботі визначено, що перспективною стратегією, яка дасть змогу досягти найвищих результатів діяльності буде застосування агресивної стратегії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонюк Л. Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації / Л. Л. Антонюк, А. М. Поручник, В. С. Савчук. – К. : КНЕУ, 2007. – 394 с.
2. Бердашкевич А. П. Анализ нормативно-правового содержания понятий «инновационная деятельность» и «государственная инновационная политика» / А. П. Бердашкевич // Инновации. – СПб., 1999. – № 7-8. – С. 53-55.
3. Бойко И. Перспективы инновационного развития восточно-европейских стран / И. Бойко // Экономист. – 2007. – № 2. – С. 78-83.
4. Болсуновский В. Куда идёт автопром? / В. Болсуновский // Вести. – 2015. – 30 окт. – С. 8-9.
5. Бут А. П. Особливості взаємозв'язку інноваційної моделі економіки та банківських інститутів у сучасних умовах / А. П. Бут // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. – № 11. – С. 23-27.
6. ВГО “Розвиток та довкілля”. Зелена економіка (Стаття № 2) // [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://www.dae.org.ua/ua/our-topics/green-economy/49-2.html>.
7. Верещак В. С. Методичні основи еколого-економічного обґрунтування інвестиційних проєктів : Автореф. дис... канд. екон. наук : 08.06.01 / В. С. Верещак; Держ. металург. акад. України. – Д., 1999. – 19 с.
8. Гайдуцький І. П. Транснаціональна парадигма сталого низьковуглецевого розвитку / І. П. Гайдуцький // Економіка та держава. – 2014. – № 5. – С. 14-19.
9. Гарлицька Д. А. Побудова зеленої економіки – основна складова європейської інтеграції України / Д. А. Гарлицька // Економічний аналіз. – 2017. – Том 27. – С. 15-19.
10. Глобальный новый зеленый курс. Доклад ЮНЕП. Март 2009: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.unep.org/greeneconomy.

11. Глущенко І. І. Стратегічне управління інноваційною діяльністю / І. І. Глущенко. – Вид-во: ТОО НЦП «Крила», 2006. – 356 с.
12. Головинов О. М. Інноваційна політика держави: реалії та проблеми / О. М. Головинов: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsiy-na-politika-derzhavi-realiyi-i-problemi>
13. Гончаренко Л. П. Инновационная политика : учебник / Л. П. Гончаренко. – М. : КНОРУС, 2009. – 352 с.
14. Грицюк Т. І. Стратегічні пріоритети розвитку «зеленої економіки» у країнах світу / Т. І. Грицюк, Т. В. Василенко // Ефективна економіка. – 2014. – № 5: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3081>.
15. Гусев В. О. Державна інноваційна політика: методологія формування та впровадження : монографія / В. О. Гусев. — Донецьк : Юго-Восток, 2011. — 624 с.
16. Дергачова В. В. Інноваційна політика: Навчальний посібник / В. В. Дергачова. К. О. Бояринова. К. : Кондор-Видавництво, 2014. – 422 с.
17. Дуб К. В. Тенденції розвитку інноваційної діяльності промислових підприємств України / К. В. Дуб // Наук. пр. Нац. ун-ту харч. технологій. – 2006. – № 18. – С. 129-132.
18. Дудар Т. Г. Інноваційний менеджмент: Навч. посіб. / Т. Г. Дудар, В. В. Мельниченко – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 256 с.
19. Жилияєва Н. М. Механізм підвищення конкурентоспроможності регіону в умовах глобалізації / Н. М. Жилияєва // Сталій розвиток економіки. – 2011. – №1(4). – С. 124-127.
20. Закон України «Про інноваційну діяльність» від 04.07.2002 р. № 40-IV: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/go/40-15.
21. Закон України про основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2020 року: [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2818-17>.

22. Зелена економіка. Зелені технології. Зелені інвестиції : матеріали Міжнар. конф., 6 - 7 жовт. 2011 р., Одеса: зб. тез / упоряд.: Л. С. Іванюк; Ін-т пробл. ринку та екон.-екол. дослідж. НАН України. – О., 2011. – 319 с.

23. Зелений бізнес: життя заради майбутнього: Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції. За ред. В.Д. Базилевича, Г.І. Купалової. – К.: ДП «Прінт Сервіс», 2016. – 260 с.

24. Ілляшенко С. М. Аналіз ринкових можливостей і потенціалу інноваційного розвитку організацій на базі екологічних інновацій / С. М. Ілляшенко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 3: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/29190>.

25. Інновації в Україні: Європейський досвід та рекомендації для України. – Том 3. – Інновації в Україні: пропозиції до політичних заходів Остаточний варіант. – К. : Фенікс, 2011. – 76 с.

26. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації / Л. Л. Антонюк, А. М. Поручник, В. С. Савчук. – К. : КНЕУ, 2007. – 394 с.

27. Інноваційний менеджмент / І. Б. Лебедева, Л. П. Касьянова, О. В. Новак. – Алчевськ: ДГМІ, 2006. – 206 с.

28. Інноваційний розвиток економіки: модель, система управління, державна політика / Л. І. Федулова, В. П. Александрова, Ю. М. Бажал. – К.: Основа, 2007. – 550 с.

29. Йохна М. А. Економіка і організація інноваційної діяльності / М. А. Йохна, В. В. Стадник. – К. : Видавничий центр "Академія", 2007. – 400 с.

30. Караєва Н. В. Низьковуглецева економіка – передумова сталого розвитку України / Н. В. Караєва: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://essuir.sumdu.edu.ua/bitstream/123456789/33120/1/Karavaeva_sustainable%20development.pdf.

31. Ковалевський Л. Г. Світовий автомобільний ринок: сучасний стан, особливості та перспективи розвитку / Л. Г. Ковалевський, Н. Ю.

Коровайченко // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2015. – № 5-6. – С. 60-67.

32. Ковальчук В. М. Структурна перебудова національної економіки в контексті інноваційного розвитку / В. М. Ковальчук. – К., 2007. – 240 с.

33. Компанія Toyota Motor Corporation оголосила, що загальний світовий обсяг реалізації гібридних автомобілів подолав позначку 7 мільйонів одиниць [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://newsroom.toyota.co.jp/en/detail/mail/4069183>.

34. Кондратюк О. М. Облік і аналіз екологічних витрат промислових підприємств: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.09 / О.М. Кондратюк ; Держ. вищ. навч. закл. "Київ. нац. екон. ун-т ім. В.Гетьмана". – К., 2008. – 20 с.

35. Купалова Г. І. Формування ефективної системи екологічного менеджменту та аудиту / Г.І. Купалова, Д.К. Ульянова // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2011. – № 1 (11). – С. 48-53.

36. Лебедева Л. В. Сучасна інноваційна політика держави в Україні: проблеми та перспективи реформування / Л. В. Лебедева // Ефективна економіка. – 2014. – № 1: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2664>.

37. Лебедева І. Б. Інноваційний менеджмент / І. Б. Лебедева, Л. П. Касьянова, О. В. Новак. – Алчевськ: ДГМІ, 2006. – 206 с.

38. Лисюк В. М. Інноваційна політика – основна модернізації економіки держави / В. М. Лисюк // Економіка: реалії часу. – 2013. – № 1 (6). – С. 147-152.

39. Лівощко Т. В. Інновації та інноваційна політика підприємства: принципи формування та механізм реалізації / Т. В. Лівощко: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.zgia.zp.ua/gazeta/evzdia_6_116.pdf.

40. Малік М. Й. Сталий розвиток сільських територій на засадах регіонального природокористування та еколого-безпечного

агропромислового виробництва / М. Й. Малік, М. А. Хвесик // Економіка АПК. – 2010. – № 5. – С. 3-12.

41. Мних О. Б. Товарна інноваційна політика автомобілебудівних компаній та проблеми її впровадження: вітчизняний і зарубіжний досвід / О. Б. Мних, А. В. Руденко: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://core.ac.uk/download/pdf/67640403.pdf>.

42. На світовому автомобільному ринку з'явився новий лідер [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://expres.ua/news/2015/10/27/157370-svitovomu-avtomobilnomu-ryнку-z'yavuvsvya-novyuy-lider>.

43. Навстречу «зеленой» економіки: пути к УР и искоренению бедности: обобщающий доклад для представителей властных структур. – Доповідь ЮНЕП, 2011 р. : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unep.org/greeneconomy>.

44. Найбільш інноваційні компанії світу: хто вони? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://news.finance.ua/ua/news/-/311523/najbilsh-innovatsijni-kompaniyi-svitu-hto-vony>.

45. Низьковуглецевий розвиток сприятиме економічному зростанню України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/ourwork/environmentandenergy/successstories.html>.

46. Одотюк І. В. Сучасна інноваційна політика України: передумови, основні підходи та напрями реформування / І. В. Одотюк, О. М. Фащевська, С. М. Щегель // Вісник НАН України. – 2012. – № 7. – С. 32-46.

47. Офіційний сайт Світового Банку: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://data.worldbank.org>.

48. Панченко Є. Сучасна система інноваційного менеджменту транснаціональних корпорацій / Є. Панченко, М. Кір'якова // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 7 (145). – С. 104-109.

49. Пенькова О. Г. Механізми реалізації інноваційних стратегій розвитку / О. Г. Пенькова // Інвестиції: практика та досвід. – 2011. – № 19. – С. 16-20.
50. Порфирьев Б. Рабочие материалы Карнеги. «Зеленая» экономика: реалии, перспективы и пределы роста / Б. Порфирьев. – 2013. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.carnegie.ru>.
51. Правило трьох «Е»: низьковуглецевий розвиток України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zhytlo.in.ua/ua/napryamok/chista_energija/pravilo_troh_e-nizkovuglecevij_rozvitok_ukrani.html.
52. Проблеми управління інноваційним підприємництвом екологічного спрямування: Монографія / За заг. ред. О.В. Прокопенко. – Суми: ВТД "Університетська книга", 2007. – 512 с.
53. Регіональна інноваційна система: теорія і практика: монографія / О. П. Коюда, О. М. Тімонін, В. О. Коюда, В. В. Воліков, Т. П. Близнюк; ред.: В. С. Пономаренко; Харк. нац. екон. ун-т. – Х. : ІНЖЕК, 2011. – 680 с.
54. Савич О. П. Інноваційна діяльність виробників автомобілів на глобальному ринку / О. П. Савич // Науковий вісник Мукачівського державного університету. – 2015. – Вип. 2 (4). – С. 97-101.
55. Савич О. П. Сучасні тенденції і перспективи розвитку глобального автомобільного ринку / О. П. Савич // Ефективна економіка. – 2016. – № 10: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5178>.
56. Світовий автомобільний ринок – новини минає [Електронний ресурс]. – Режим доступу: nbt.com.ua/3376-svitovij-avtomobilrinok-novini-minechhthme.
57. Сиротинська Н. М. Зародження та розвиток теоретичних основ інновацій / Н. М. Сиротинська // Вісн. Нац. ун-ту «Львів. Політехніка». – 2011. – № 714. – С. 399-404.
58. Сухоруков А. І. Економіка та організація інноваційної діяльності / А. І. Сухоруков. – К., 2007. – 184 с.

59. Тараненко І. В. Державно-приватне партнерство в інноваційній сфері: світовий досвід та перспективи розвитку в Україні/ І. В. Тараненко, О. В. Охінько // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – 2011. – №1 (4). – С. 376—386.

60. Терьошкіна Н. Є. Інноваційна політика як інструмент реалізації національної інноваційної стратегії / Н. Є. Терьошкіна // Механізм регулювання економіки: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ed.ksue.edu.ua/ER/knt/eu152_74/e152ter.pdf.

61. Тойота випустила на ринок перший у світі автомобіль з водневим двигуном [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unian.ua/science/1021881-toyota-vipustila-na-rinok-pershiy-v-sviti-avtomobil-z-vodnevim-dvigunom.html>.

62. Федулова Л. І. Інноваційний розвиток економіки: модель, система управління, державна політика / Л. І. Федулова, В. П. Александрова, Ю. М. Бажал. – К. : Основа, 2007. – 550 с.

63. Хумаров О. А. Теоретичні основи формування внутрішнього вуглецевого ринку в Україні / О. А. Хумаров // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. – 2017. – № 1 (111). – С. 86-91.

64. Цель и темы Конференции Организации Объединенных Наций по устойчивому развитию. Доклад Генерального секретаря от 22.10.2010: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.un.org.

65. Чмир О. С. «Зелена» економіка: сутність, цілі та базові принципи / О. С. Чмир, Н. П. Захаркевич // Економічний вісник Донбасу. – 2013. – № 3 (33). – С. 54-62.

66. Шапурова О. О. Економічні аспекти корпорацій автомобільної індустрії: виробництво, збут, фінансова стійкість / О. О. Шапурова // Науковий вісник Ужгородського національного університету. – 2017. – Вип. 11. – С. 174-180.

67. Шкільнюк О. М. Інновації, їх суть та значення для економічного розвитку держави / О. М. Шкільнюк // Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. – № 11. – С.43-48.

68. Штець В. Еколого-економічні аспекти переходу до «зеленої» економіки в Україні / В. Штець // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2013. – № 6 (147). – С. 108-113.

69. ЮНЕП. На встречу зеленой экономике: путь к устойчивому развитию и искоренению бедности. Обобщающий доклад для властных структур (2011) // [Електронний ресурс] / Режим доступу: www.unep.org/greeneconomy.

70. Declaration of the United Nations Conference on the Human Environment – Stockholm, June 1972 – 4 p. 34.

71. Green economics: an introduction to theory, policy and practice. Molly Scott Cato London: Earthscan, 2009. – P. 240.

72. Public – Private Partnerships for research and innovation: An evaluation of Australian Experience [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.oecd.org/dataoecd/49/16/25718007.pdf>.

73. The most innovating companies' researches 2013: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.bcgperspectives.com.

74. UNEP. Green Economy Developing Countries Success Stories. (2010) // [Електронний ресурс] / Режим доступу: www.unep.org/greeneconomy_successstories.

75. Harley-Davidson moves to unconventional marketing plan: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bizjournals.com>.

76. Keegan W.J. Global Marketing Management. — Prentice Hall, 2002.

77. KFS marketing strategies : [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ru.scribd.com>.

78. Prahalad C. K. The core competence of the corporation / C. K. Prahalad, G. Hamel // Harvard Business Review. – 1990. – № 3 (68). – P. 79-92.

79. The Keys to Successful Business Strategy Execution: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.i4cp.com/trendwatchers/2014/05/01/the-keys-to-successful-business-strategy-execution>.

80. Андреева Н.Н. Экологические инновации и инвестиции: сущность, системология, специфика взаимодействия и управления / Н.Н. Андреева, Е.Н. Мартынюк // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 2. – Т. 2. – С. 207.

81. Towards a circular economy: A zero waste programme for Europe. European Commission, COM(2014) 398 final. Brussels, 2.7.2014. – Режим доступа: <http://ec.europa.eu/environment>.

82. 2015 Car innovation : [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.emic-bg.org/files/CarInnovation2015_engl.pdf.