

**ТЕНДЕНЦІЇ ТА ЧИННИКИ РОЗВИТКУ РИНКУ ЛЕГКОВИХ АВТОМОБІЛІВ УКРАЇНИ**

*Розглянуто ситуацію на ринку легкових автомобілів у 2013 – I півріччі 2014 рр., проведено аналіз обсягів реалізації та виробництва, запропоновано окремі шляхи виходу галузі з кризи.*

*Ключові слова: ринок автомобілів, реалізація автомобілів, виробництво автомобілів.*

V. A. BODNARYUK  
Public Company "Galich-Auto", m. Lviv

**TRENDS AND MARKET FACTORS OF CARS UKRAINE**

*Abstract – The automobile market is a strategic sector of the economy, so its impact can not be overestimated. Today in Ukraine car market is in a very difficult situation. However, his prospects of overcoming the crisis there. Along with the need to implement progressive methods of each operator, the government should urgently develop and implement measures aimed at creating favorable conditions for the development of production cars and promote their purchase by consumers. We consider the situation in the market of passenger cars in 2013 – I half of 2014, GG, analyzes sales and production, suggested some ways out of the crisis sector.*

*Key words: car market, car sales, car production.*

**Постановка проблеми.** Рівень розвитку та темпи зростання ринку легкових автомобілів є важливим індикатором економічного розвитку будь-якої держави та рівня добробуту її громадян. Торгівля автомобілями у кожній розвинутій країні є невід'ємною частиною торговельного бізнесу, що, з однієї сторони, розвивається з огляду на потреби суспільства та навколишню економічну ситуацію, а з іншої – характеризується певними особливостями функціонування, властивими саме торгівлі автомобілями. На жаль, після періоду щорічного збільшення обсягів реалізації на ринку (2000–2008 рр.) настав період глибокої кризи, що триває по сьогодні. Починаючи з 2009 року, щорічні обсяги реалізації нових автомобілів коливалися в межах 200 тис. одиниць, що становить менше 30 % від рівня 2007–2008 рр. [1]. Тому з урахуванням важливості сфери торгівлі автомобілями в економіці України надзвичайно актуальним є глибокий аналіз сучасного стану галузі та пошук шляхів її виходу з кризи.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Окремі питання розвитку автомобільного ринку неодноразово розглядалися авторами як загальноекономічних, так і спеціалізованих видань. Однак, такими авторами досліджено локальні аспекти функціонування ринку, але не проведено глибокого, ґрунтовного та всебічного аналізу причин кризових явищ на ринку, а також не надано практичних рекомендацій щодо їх подолання.

**Виклад основного матеріалу.** 2013 рік для автомобільного ринку України став справжнім випробуванням. При цьому, поряд із несприятливою економічною ситуацією, зниженням рівня купівельної спроможності основних верств населення, важливу роль відіграли законодавчі зміни. Так, в березні на основі рішення Міжвідомчої комісії з Міжнародної торгівлі було введено спеціальні мита на імпортні автомобілі. Важливим недоліком введення таких мит посеред року була необхідність термінового внесення операторами автомобільного ринку коректив та змін до бізнес-планів, проведення перерахунку цін на автомобілі, а також виникнення збитків за рахунок збільшення операційних витрат кожного підприємства-імпортера автомобілів. Надалі, у вересні спеціальним законом було введено в дію утилізацію легкових автомобілів та запроваджено утилізаційний збір. При цьому механізм утилізації, а також нарахування і сплати утилізаційного збору був не до кінця опрацьований, тому в операторів ринку постійно виникали незручності при проведенні утилізації.

З моменту введення в дію зазначених законодавчих змін вони чинили безпосередній негативний вплив на автомобільний ринок, основним результатом якого було здорожчання імпортних автомобілів у гривневому еквіваленті на 15–20 %. При цьому, слід підкреслити, що з моменту запровадження вказаних змін українські виробники так і не спромоглися запропонувати споживачеві адекватної заміни імпортним автомобілям та збільшити обсяги реалізації вітчизняної продукції. Окремо змушені наголосити на тому, що, по-перше, виробництво та реалізація автомобілів на території України не підпадала під дію вказаних законодавчих змін, а по-друге, практично всі українські виробники автомобілів практикують т.зв. схеми крупно- та дрібноузлового складання автомобілів, що дозволяло їм суттєво економити на сплаті мита при ввезенні з-за меж митної території України машинокомплектів. Так, якщо після запровадження спеціальних мит імпортери при ввезенні 1 автомобіля сплачували від 10 % до 34 % його вартості у вигляді мита, то виробники при ввезенні машинокомплектів сплачували мито в розмірі 5 % [2].

Позначився на функціонуванні ринку і зрив підписання Україною угоди про асоціацію з Європейським союзом, оскільки в угоді передбачалося вжиття конкретних заходів з лібералізації автомобільного ринку. Ці та інші чинники призвели до наступних результатів функціонування ринку (табл. 1). Як видно з даних таблиці у 2013 році в Україні всіма підприємствами вироблено 45 758 легкових автомобілів, що становить лише 65,7 % від аналогічного показника 2012 року [4].

**Обсяги виробництва та реалізації легкових автомобілів в Україні у 2013 році**

Показник	2013 р.	2012 р.	Відхилення 2013/2012 р., %
Обсяги виробництва, од.	45758	69646	-34,3
Обсяги реалізації, од.	201566	217581	-7,4

Востаннє такі обсяги виробництва зафіксовані в 2002 р. Обсяги реалізації нових легкових автомобілів у 2013 р. становили 201566 од., що на 7,4 % менше, ніж у 2012 р. [1]. При цьому слід відмітити різні показники зміни обсягів реалізації в розрізі окремих брендів. Так, у 2013 р. суттєвого збільшення обсягів досягли BYD (+143,9 %), БОГДАН (+86,1 %), MAZDA (+53,6 %), GEELY (+35,8 %), PEUGEOT (+28,8 %), CITROEN (+28,5 %) [4]. Особливо необхідно підкреслити значні обсяги збільшення реалізації автомобілів виробництва Китаю, що вийшли на український ринок відносно недавно (до 5 років), а саме BYD та GEELY. Таку ситуацію можна пояснити, зокрема, широкою комплектацією більшості моделей цих автомобілів за відносно невисокої вартості (як правило, до 100 тис. грн), а також підвищенням рівня їх якості та споживчих характеристик. Значна частина брендів показала істотне зменшення обсягів реалізації: ВАЗ (-53,5 %), CHEVROLET (-53,0 %), CHERY (-43,0 %), DAEWOO (-42,1 %). На нашу думку, такі результати спричинені незмінністю споживчих характеристик цих автомобілів протягом більш, ніж десяти років, за незмінних цін, а також появою на ринку брендів-конкурентів виробництва Китаю.

У першому кварталі 2014 р. ситуація на автомобільному ринку ще більше ускладнилася. Основними причинами цього стали політичні протистояння в січні-лютому, військове вторгнення та анексія Російською федерацією Кримського півострова, різка девальвація гривні та, відповідно, значне падіння купівельної спроможності більшості категорій потенційних покупців автомобілів. Разом з тим, за вказаний період в Україні було вироблено 14156 легкових автомобілів (слід відмітити щомісячне збільшення обсягів виробництва на 2–12 %), а реалізовано – 38016 [1].

У другому кварталі 2014 р. показники виробництва та реалізації легкових автомобілів суттєво погіршилися. Так за квітень-червень вироблено всього 9669 од. (зменшення відносно січня–березня становить 31,70 %), а реалізовано – 19672 од. (зменшення відносно січня–березня становить 48,25 %) [1]. Як бачимо, обсяги реалізації нових легкових автомобілів у другому кварталі 2014 р. порівняно з першим зменшилися наполовину. Слід підкреслити, що в кожному місяці другого кварталу реалізовано менше, ніж 10,0 тис. автомобілів. На нашу думку, така ситуація значною мірою пов'язана з військовими діями в Донецькій та Луганській областях, що завжди займали найбільші (після Києва та Київської області) частки в загальних обсягах реалізації. Тим часом, деякі експерти, аналізуючи результати періоду, говорять про те, що ринок пройшов дно і з'являються перспективи до його відновлення. При цьому більшість експертів схиляються до думки про те, що подальший розвиток галузі значною мірою залежатиме від антикризових дій уряду. На сучасному етапі найнеобхіднішими є наступні заходи :

1) швидке прийняття та забезпечення виконання комплексу заходів щодо зниження рівня податкового навантаження на фонд оплати праці автовиробників та дилерів. На сьогодні високий рівень податкового навантаження (близько 40 %) не сприяє розвитку бізнесу, а спричиняє вимивання вільних грошових коштів кожного підприємства та пошук ним схем мінімізації (а інколи навіть і ухилення) нарахування та сплати податків та внесків із ФОП ;

2) перегляд чинних механізмів та ставок оподаткування податком на додану вартість. Особливо це стосується підприємств-імпортерів легкових автомобілів, адже ввозячи такі автомобілі на територію України, дилер зобов'язаний розмитнити його у момент ввезення, сплативши, при цьому, мінімально 20 % вартості придбання у вигляді податку на додану вартість. Таким чином, ще не реалізувавши автомобіль, підприємство вже позбавляється значної суми обігових коштів і тому, знову ж таки, змушене шукати способи мінімізації сплати. Найдієвішим засобом в такій ситуації, на нашу думку, могло б бути законодавче закріплення механізму, що б полягав у сплаті податку на додану вартість в періоді надходження коштів від реалізації такого автомобіля покупцеві.

3) стимулювання й здешевлення споживчого автокредитування. На сьогодні ситуація з реалізацією нових автомобілів із залученням банківських кредитів є катастрофічною. Якщо до початку економічної кризи (жовтень 2008 року) автодилери продавали до 70 % автомобілів із залученням покупцями банківських кредитів, то в 2009 – 2011 р.р. цей показник становив 27-30 %, а в 2013 році – не більше 5 % [1]. Основними причинами цього стали зниження рівня реальних доходів населення (як основної категорії покупців нових автомобілів), здорожчання споживчих кредитів удвічі, посилення вимог до позичальників та предмету застави, введення заборони на валютне кредитування для населення. У зв'язку з цим вважаємо, що Національний банк України спільно з комерційними банками та іншими банківськими об'єднаннями повинен розробити програму, що мала б на меті якнайшвидше здешевлення споживчих кредитів. Це надалі б дало додаткові стимули для розвитку не тільки автомобільної галузі, але й банківського сектора.

4) створення можливостей для залучення автовиробниками та автодилерами банківських кредитів на пільгових умовах. На сьогодні, за свідченнями менеджменту більшості виробників та дилерів, основними причинами відмови від залучення кредитів для розвитку бізнесу є висока вартість залучених коштів, завищені вимоги до застави, що слід надати за кредитом, а також складна процедура його погодження

банком. В умовах суттєвого зменшення продаж автомобілів неможливість залучення банківського фінансування зводить нанівець будь які зусилля операторів автомобільного ринку, спрямованих на розвиток бізнесу.

Окремим напрямом діяльності, перш за все, усіх гілок влади на автомобільному ринку повинно стати викорінення т.зв. "сірих", а також відверто контрабандних схем ввезення (імпорту) легкових автомобілів. Наприклад, за інформацією Генерального директора Всеукраїнської асоціації автомобільних імпортерів та дилерів (ВААІД) Олега Назаренка в 2013 р. в Україну з використанням різноманітних схем ввезено близько 85 тис. легкових автомобілів, що надалі були легалізовані взагалі без сплати будь-яких податків або з їх мінімальною сплатою [1]. Усунення таких явищ повинно, на нашу думку, відбуватися перш за все через удосконалення відповідних положень законодавства в тій частині, що дає можливість їх подвійного трактування. Також важливим напрямом роботи влади є кардинальне вдосконалення законодавства, що регулює нарахування та сплату податку на додану вартість при реалізації автомобілів на території України. На сьогодні через наявність недосконалого механізму нарахування ПДВ значна частина операторів автомобільного ринку так і не запровадила в господарській діяльності повноцінної послуги "trade-in", що є надзвичайно поширеною в Європі та США, або запровадила її в незначних обсягах. Між тим, інтенсивний розвиток послуги "trade-in", на нашу думку, сприяв би не тільки збільшенню обсягів реалізації нових автомобілів, а й стимулював би розвиток вторинного ринку, а також збільшення доходів суміжних галузей, зокрема, надання сервісних послуг та торгівлі запасними частинами.

**Висновки.** Автомобільний ринок є стратегічною галуззю економіки, тому його вплив важко переоцінити. На сьогодні в Україні ринок легкових автомобілів перебуває в надзвичайно складному становищі. Однак, перспективи його виходу з кризи існують. Поряд із необхідністю впровадження прогресивних методів роботи кожним оператором, державі слід якнайшвидше розробити та впровадити комплекс заходів, спрямованих на створення сприятливих умов для розвитку виробництва автомобілів, а також стимулювання їх придбання споживачами.

#### Література

1. <http://autoconsulting.com.ua>
2. <http://www.economica.com.ua/transport/article/8478.html>
3. [http://ukrstat.gov.ua/control/uk/localfiles/display/druk/soc\\_ek/2006/publ122006\\_u.html](http://ukrstat.gov.ua/control/uk/localfiles/display/druk/soc_ek/2006/publ122006_u.html)
4. <http://ukrautoprom.com.ua/uk/statistika/statistika-2013>
5. <http://ukrautoprom.com.ua/statistika/statistika-2014>

#### References

1. <http://autoconsulting.com.ua>
2. <http://www.economica.com.ua/transport/article/8478.html>
3. [http://ukrstat.gov.ua/control/uk/localfiles/display/druk/soc\\_ek/2006/publ122006\\_u.html](http://ukrstat.gov.ua/control/uk/localfiles/display/druk/soc_ek/2006/publ122006_u.html)
4. <http://ukrautoprom.com.ua/uk/statistika/statistika-2013>
5. <http://ukrautoprom.com.ua/statistika/statistika-2014>

Надіслана/Written: 3.06.2014 р.  
Надійшла/Received: 8.06.2014 р.  
Рецензент: д.е.н., проф. О. О. Орлов