

4. Hladun, H.B. (2005). The value of protective forest plantations to ensure the sustainable development of agro-landscapes. *Naukovyy visnyk «Lisova polityka u konteksti ekolohizatsiyi ekonomiky» [Scientific Bulletin "Forest Policy in the Context of Ecologization of the Economy"]*, vol. 15, pp. 113-118 (in Ukr.).
5. Hladun, H.B., Trofymenko, M.Ye., Lokhmatov, M.A. (2005). *Zakhysni lisovi nasadzhenyia: proektuvannya, vyroshchuvannya, vporyadkuvannya* [Protected forest plantations: design, cultivation, ordering]. Nove slovo, Kharkiv, 390 p. (in Ukr.).
6. Hodovanyuk, A.Y. (2013). Protected forest bands have been in need of protection for more than twenty years. *Aktual'ni problemy polityky [Actual problems of politics]*, vol. 49, pp. 228-237 (in Ukr.).
7. Holub, O.A. (2013). Areas of increasing the efficiency of forest management. Available at: <http://economics-of-nature.net/uploads/arhiv/2013/Golub.pdf> (Accessed 11 November 2017) (in Ukr.).
8. Zhelyezna, T.A., Bashtovyy, A.I., Heletukha, H.H. (2016). Analysis of additional sources of wood fuel in Ukraine. *Analychna zapyska BAU №15 [Analytical note BAU №15]*. Available at: <http://www.uabio.org/activity/uabio-analytics> (Accessed 31 October 2017) (in Ukr.).
9. Lystopad, O. (2011). Save the forest bands! *Ukrayins'kyi lisovyy portal [Ukrainian Forest Portal]*. Available at: <https://www.lisportal.org.ua/11359/> (Accessed 31 October 2017) (in Ukr.).
10. Prykhod'ko, S.A., Chyrkova, O.V. (2009). Efficiency of functioning of forest bands as ecological corridors of the ecological network. *Promyishlennaya botanika [Industrial botany]*, vol. 9, pp. 25-31 (in Ukr.).
11. Yukhnovs'kyi, V.Yu. (2005). *Lisoahrarni landshafty rivnyynnoi Ukrainy: optymizatsiya, normatyvy, ekolohichni aspekty* [Forest-agrarian landscapes of plain Ukraine: optimization, norms, ecological aspects]. In-t ahrarnoi ekonomiky, Kyiv, 273 p. (in Ukr.).



УДК: 339.3

**Л.Г. Столяр, к.е.н.,
С.С. Бучик,**

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

АВТОМОБІЛЬНИЙ РИНОК УКРАЇНИ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Анотація

У статті узагальнено дослідження науковців та фахівців і здійснено аналіз стану автомобільного ринку України, зроблено спробу визначити основні фактори впливу на розвиток автомобільного ринку, окреслити його перспективи в найближчому майбутньому. Також в статті окреслено основні шляхи розв'язання існуючих проблем на ринку автомобілів у контексті активізації міжнародного торговельного співробітництва України з провідними країнами та міжнародними організаціями світу, зокрема в процесі реалізації Угоди про асоціацію між Україною та ЄС. Автором наголошено на необхідності активізації зусиль держави в напрямку стимулювання розвитку автомобільного ринку

шляхом реалізації заходів щодо підвищення інвестиційної привабливості та стимулювання збуту і національного виробництва автомобілів.

Ключові слова: автомобільний ринок, автомобільна промисловість, імпорт, конкурентоспроможність.

Л.Г. Столяр, к.э.н.,

С.С. Бучик,

Черновицкий торгово-экономический институт КНТЭУ,

г. Черновцы

АВТОМОБИЛЬНЫЙ РЫНОК УКРАИНЫ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Аннотация

В статье обобщены исследования ученых и специалистов и осуществлен анализ состояния автомобильного рынка Украины, сделана попытка определить основные факторы влияния на развитие автомобильного рынка, определить его перспективы в ближайшем будущем. Также в статье обозначены основные пути решения существующих проблем на рынке автомобилей в контексте активизации международного торгового сотрудничества Украины с ведущими странами и международными организациями мира, в частности в процессе реализации Соглашения об ассоциации между Украиной и ЕС. Автором отмечена необходимость активизации усилий государства в направлении стимулирования развития автомобильного рынка путем реализации мероприятий по повышению инвестиционной привлекательности и стимулирования сбыта и национального производства автомобилей.

Ключевые слова: автомобильный рынок, автомобильная промышленность, импорт, конкурентоспособность.

Постановка проблеми. Розвиток автомобільного ринку України продовжує залишатись одним із пріоритетів для механізму державного регулювання економіки, головним чином через його можливість впливу на економічну діяльність інших галузей, забезпечення зростання зайнятості населення, підвищення товарообороту, створення умов для ефективного введення у міжнародну економічну торгівлю. Протягом останніх років інвестиції у розвиток вітчизняної автомобільного будівництва були доволі значними. Однак при цьому у наповненні вітчизняного ринку легкових автомобілів переважає імпорт, частка якого постійно зростає (протягом 2006-2016 років зросла з 44 до 97 відсотків) [1; 4-9]. Тому на сьогодні вітчизняний авторинок представлений здебільшого імпортною продукцією, що посилює вимоги до конкурентоспроможності українських автомобілебудівників. Саме тому необхідною є розробка системи заходів щодо підвищення рівня такої конкурентоспроможності, забезпечення умов успішної збутової діяльності, в тому числі завдяки посиленню маркетингової політики, та створення перспектив для виходу на зовнішні ринки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні чинники зміцнення конкурентних позицій підприємств України на товарних ринках активно розглядаються в науковій літературі. Передусім слід відзначити праці Н. В. Куденко, А. О. Старостіної, Т. Б. Решетілової, О. Л. Каніщенко, А. С. Телетова, Є. В. Ромата, Т. О. Примака, О. К. Шафалюка, А. О. Длігача, О. В. Зозульова та ін. Заходи щодо розвитку автомобільного ринку, підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняних автовиробників розробляються, пропонуються та обґрунтовуються такими науковцями, як Л. А. Мороз, Ш. Бек [2], А. О. Длігач, М. Чикусова, І. В. Тюха, Ю. В. Юхновська [3] та інші. Водночас, слід зазначити, що специфіка авторинків різних типів викликає необхідність більш детального дослідження ситуацій, що склалися на них, з подальшим обґрунтуванням стратегічних і тактичних дій їх учасників.

Метою статті є дослідження стану та перспектив розвитку автомобільного ринку, аналіз заходів щодо стабілізації і покращення ринкової ситуації, зміцнення конкурентних позицій підприємств, зокрема через посилення маркетингового впливу на перспективні сегменти цього ринку, формування ефективних інструментів просування та позиціонування.

Виклад основного матеріалу. Український автомобільний ринок протягом останніх років демонструє суперечливу динаміку розвитку, яка характеризується як зростанням його обсягу в так званій «довоєнний» період (2012-2013 рр.), так і різким падінням, починаючи з 2014 року, спричиненим загостренням воєнно-політичної ситуації в країні, що мало наслідком різкий спад в економіці країни.

Динаміка роздрібного товарообороту автомобілів за період з 2012 року по I півріччя 2017 року (в грошовому еквіваленті) наведена в таблиці 1 та на рисунку 1.

Таблиця 1

**Продаж (роздрібний товарооборот) автомобілів у 2012-2017 роках,
тис. грн.***

	2012 рік	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	I півріччя 2017 року
Всього в т.ч.	35639025,8	37326416,7	23992373,6	23400617,8	36212410,2	18674265
вироблені в Україні	4205405,04	4404517,2	2831100,08	2761272,9	4273064,4	2203563,3

Продовження табл. 1

1	2	3	4	5	6	7
Частка авто, вироблених в Україні, у загальному обсязі продажу, %	11,8	9,7	8,6	4,3	3,0	3,1

* Джерело: складено на основі [4 - 9].

Як ми бачимо, у 2016 році та першій половині 2017 року спостерігається тенденція до росту ринку автомобілів. Проте порівняння його обсягу з аналогічним показником 2012-2013 років є ускладненим з огляду на майже триразове падіння курсу гривні до валют основних країн, з яких відбувається імпорт авто: євро та американського долара.

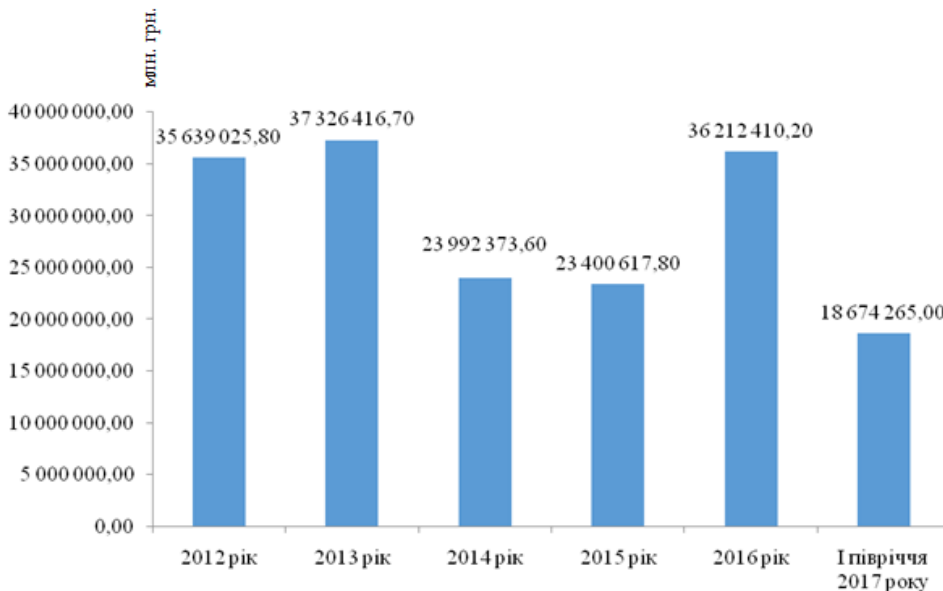


Рис. 1. Продаж (роздрібний товарооборот) автомобілів у 2012-2017 роках, млн. грн.*

* Джерело: складено на основі [4-9].

Водночас вищенаведені дані свідчать про різко негативну динаміку розвитку вітчизняної автомобілебудівної промисловості: частка вітчизняних авто у загальному обсязі ринку зменшилась з 11,8% в 2012 р. до 3 % в 2016 р. У 2017 р. зазначена тенденція зберігається.

Зростання частки імпортних автомобілів на вітчизняному ринку підтверджується динамікою зміни обсягів реалізації легкових автомобілів окремих торгових марок (таблиця 2).

**Обсяги реалізації на українському ринку легкових автомобілів
різних марок, шт.***

№	Марка	2015 рік	2016 рік	Зміни обсягів, 2016/2015, +\-%
1	TOYOTA	4903	7668	+56,4
2	RENAULT	4215	6389	+51,6
3	VOLKSWAGEN	2299	5001	+117,5
4	SKODA	2172	4145	+90,8
5	KIA	2014	3982	+97,7
6	FORD	2608	3612	+38,5
7	NISSAN	2659	3444	+29,5
8	HYUNDAI	2556	3396	+32,9
9	BMW	1807	3073	+70,1
10	ZAZ	2868	2758	-3,8
11	MERCEDES-BENZ	1218	2464	+102,3
12	MAZDA	2261	2342	+3,6
13	SUZUKI	1214	1767	+45,6
14	AUDI	963	1674	+73,8
15	VAZ	1000	1533	+53,3
16	PEUGEOT	948	1273	+34,3
17	CHEVROLET	1360	1203	-11,5
18	LEXUS	482	1164	+141,5
19	MITSUBISHI	786	1028	+30,8
20	LAND ROVER	614	913	+48,7
21	CITROEN	697	850	+22,0
22	VOLVO	362	663	+83,1
23	SUBARU	495	603	+21,8
24	GEELY	1559	459	-70,6
25	HONDA	433	405	-6,5
26	SEAT	167	404	+141,9
27	FIAT	406	400	-1,5
28	OPEL	158	393	+148,7
29	PORSCHE	234	315	+34,6
30	RAVON	-	285	+
31	Інші	3088	1956	-36,7
Всього		46546	65562	+40,9

* Джерело: складено на основі [10].

Регіональний розріз автомобільного ринку (табл. 3) в цілому відображає залежність обсягів продажів автомобілів від кількості та платоспроможності населення певного регіону.

Оборот підприємств оптової та роздрібної торгівлі автомобілями та легковими автотранспортними засобами по регіонах у I півріччі 2017 року, тис. грн.

Україна	20813179,8
Вінницька	549048,0
Волинська	168900,4
Дніпропетровська	1818652,6
Донецька	172936,5
Житомирська	236195,7
Закарпатська	471630,9
Запорізька	677748,8
Івано-Франківська	219909,0
Київська	2255060,3
Кіровоградська	174170,9
Луганська	-
Львівська	1475606,3
Миколаївська	500062,2
Одеська	1358997,7
Полтавська	512097,9
Рівненська	208241,9
Сумська	98370,8
Тернопільська	141851,5
Харківська	1929132,4
Херсонська	534403,3
Хмельницька	550175,4
Черкаська	213918,5
Чернівецька	210106,4
Чернігівська	152132,0
м. Київ	6183830,4

* Джерело:[11, с. 9].

Як видно з табл. 3, найвищий оборот підприємств оптової та роздрібної торгівлі автомобілями та легковими автотранспортними засобами спостерігається в м. Києві, Київській, Харківській, Дніпропетровській, Львівській та Одеській областях.

Аналіз структури обороту підприємств торгівлі автотранспортними засобами за організаційною формою, наведений в табл. 4, свідчить, що найбільш популярною організаційно-правовою формою відповідних підприємств є товариство з обмеженою відповідальністю (ТзОВ). На підприємства зазначеної організаційної форми припадає понад 80% обороту у I півріччі 2017 р. Менш популярними є акціонерне товариство, дочірнє підприємство, приватне підприємство та інші організаційно-правові форми.

Покращенню ситуації на вітчизняному ринку автомобілів в останні роки основним чином сприяє відновлення автокредитування, відкладений у попередні кризові роки попит, високий рівень зношеності автопарку.

**Структура обороту підприємств оптової та роздрібної торгівлі
автотранспортними засобами та мотоциклами, їх ремонту за
організаційними формами суб'єктів економіки у I півріччі 2017
року***

Організаційна форма	Обсяг обороту, тис. грн.	Частка в загальному обсязі обороту, %
Приватне підприємство	726322,9	3,3636
Колективне підприємство	1116,4	0,0052
Дочірнє підприємство	1128280,3	5,2251
Іноземне підприємство	56902,6	0,2635
Спільне підприємство	35,9	0,0002
Акціонерне товариство	2064090,1	9,5588
Товариство з обмеженою відповідальністю	17561176,7	81,3259
Товариство з додатковою відповідальністю	5460,9	0,0253
Виробничий кооператив	69,8	0,0003
Концерн	756,0	0,0035
Філія (інший відокремлений підрозділ)	33836,0	0,1567
Інші організаційно-правові форми	15532,0	0,0719
Усього	21593579,6	100

* Джерело: складено на основі [11, с. 19-20].

Слід зазначити, що загалом автомобільний ринок України функціонує в умовах, які покликані сприяти вітчизняному виробнику автомобілів нижчих цінових сегментів, основним конкурентом якого є імпортери вживаних іноземних авто. При цьому на тлі падіння купівельної спроможності та потреби заощаджувати, зважаючи на незбалансовану податкову та митну політику щодо імпорту автомобілів, спостерігається підвищення попиту покупців на комерційний автотранспорт [12].

Одним з головних факторів для вітчизняної автомобільної промисловості є вузькоспеціалізована діяльність, що, в основному, зводиться до складання автомобілів на основі закордонних моделей. У той же час провідні світові автоконцерни інвестують значні кошти у власний розвиток. Так, наприкінці 2014 р. було оприлюднено інформацію щодо інвестування концерном Volkswagen у 2015-2020 рр. 85,6 млрд. євро у нові продукти та інноваційні технології, з яких 64% – у модернізацію і розширення модельного ряду усіх брендів компанії [13].

Перспектива активізації вітчизняної автомобільної промисловості полягає, насамперед, у використанні досвіду таких європейських держав, як Австрія, Словаччина, Фінляндія та Голландія, які, не маючи

*ЕКОНОМІКА
ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ*

національного автовиробника, здійснюють виробництво низки автомобілів провідних автомобільних марок на місцевих заводах для продажу як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках [12].

Набрання чинності та повноцінна реалізація Угоди про асоціацію між Україною та ЄС дозволить збалансувати ставки ввізного мита на транспортні засоби, які поставляються з України, що (враховуючи наявність дешевої робочої сили) сприятиме підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних автомобілів на ринках окремих європейських країн.

Іншою перспективою від створення зони вільної торгівлі для України є можливість активізації виробництва автомобільних комплектуючих.

Також внаслідок підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС перед нашою державою відкриваються перспективи налагодження активного співробітництва в сфері автовиробництва з провідними азійськими компаніями, яку шукають нові шляхи виходу на розвинені європейські ринки.

Важливою тенденцією, яка сприятиме розвитку вітчизняної автомобільної промисловості, є переміщення упродовж останнього десятиліття відповідних виробництв з країн Західної Європи до країн Центральної та Східної Європи внаслідок значних виробничих витрат у перших [12].

Тенденції розвитку автомобільного ринку, подальше загострення конкуренції, намагання зміцнити свої ринкові позиції в умовах поступового подолання кризової ситуації вимагають від виробників автомобілів приділяти все більше уваги маркетингу як основному інструменту просування продукції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Більшість учасників під час вибору ринкових стратегій надають перевагу стратегії диференційованого маркетингу, тому їхня товарна політика передбачає оновлення і розширення модельного ряду своїх автомобілів для повнішого задоволення потреб різних сегментів ринку. При цьому процес сегментування ринку дедалі поглиблюється, в ньому враховується все більше класифікаційних ознак [14].

Процес формування комплексу просування, використання окремих елементів системи маркетингових комунікацій на автомобільному ринку має складний, багатофакторний характер і повинен враховувати насамперед специфіку товару і характеристики ринку.

Основними інструментами маркетингових комунікацій на автомобільному ринку є [14]:

- спонсоринг (використовується переважно для підтримки корпоративних

брендів виробників автомобілів);

- реклама (головний елемент, що активно використовується автовиробниками як для просування окремих суббрендів, так і для підтримки корпоративного бренду);

- персональний продаж (у специфічному для автомобільного ринку розумінні та який включає процедуру передпродажного інформування і обслуговування клієнтів у салонах автомобільних дилерів);

- участь у комунікативних заходах: виставках, автосалонах.

Висновки. Розвиток автомобільного ринку України характеризується доволі суперечливими тенденціями, найбільш яскравими серед яких є нестабільний темп росту обсягів продажу та стійка тенденція до зниження частки вітчизняних автовиробників. Основними факторами, які справляють вплив на розвиток автомобільного ринку, є відновлення автокредитування, прогнозована фіскальна політика держави, запровадження прогресивних інструментів державної підтримки (пільгове кредитування, гранти), маркетингова активність учасників ринку. Потенційними позитивними наслідками впливу вищеперерахованих чинників є зростання частки вітчизняного виробництва в наповненні внутрішнього ринку; диверсифікація структури виробництва (перехід від комплектування до повного циклу виробництва); формування засад для розвитку вітчизняних конкурентоспроможних автомобільних брендів; створення передумов для активного виходу українських автовиробників на закордонні (передовсім європейські) ринки.

Список використаних джерел:

1. Концепція державної цільової економічної програми розвитку легкового автомобілебудування України на період до 2020 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15 січня 2014 року № 25-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/25-2014-%D1%80>

2. Шавкат Бек. Автонастрой [Електронний ресурс] / Бек Шавкат // Бизнес. – 2012. – № 5(992). – Режим доступу: <http://www.business.ua/articles/automarket/Avtonastroj->

3. Юхновська Ю. О. Стратегії розвитку машинобудівного підприємства [Електронний ресурс] / Архів Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Dtr_ep/2011_1/files/EC111_30.pdf

4. Продаж і запаси товарів у торговій мережі та мережі ресторанного господарства за 2012 рік [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – 2013. – Том II. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2013/bl/04/bl_IItom_12.zip

5. Продаж і запаси товарів у торговій мережі та мережі ресторанного господарства за 2013 рік [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – 2014. – Том II. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2014/bl/05/bl_res_IIt_13.zip

6. Продаж і запаси товарів у торговій мережі та мережі ресторанного господарства за 2014 рік [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – 2015. – Том II. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2015/bl/05/bl_pzt_II.zip

7. Продаж і запаси товарів у торговій мережі підприємств за 2015 рік [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – 2016. – Том II. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2016/bl/05/bl_pzt2t15.pdf.zip

8. Продаж і запаси товарів у торговій мережі підприємств за 2016 рік [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – 2017. – Том II. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2017/bl/05/bl_pzttmp2t_pdf.zip

9. Продаж і запаси товарів у торговій мережі підприємств у I півріччі 2017 року [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – 2017. – Том II. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2017/bl/09/bl_pzttmp_2t_0617pdf.zip

10. Асоціація автовиробників України. Статистика за 2016 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrautoprom.com.ua/wp-content/uploads/2017/01/2016-market.pdf>

11. Продаж і запаси товарів у торговій мережі підприємств у I півріччі 2017 року [Електронний ресурс] / Державна служба статистики України. – 2017. – Том I. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2017/bl/09/bl_pzttmp_It_0617pdf.zip

12. Мацьків О. І. Перспективи та загрози для ринку легкових автомобілів України від створення ЗВТ з ЄС : експертна оцінка [Електронний ресурс] / О. І. Мацьків, І. В. Лещух ; ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М. І. Долишнього НАН України». – Львів, 2015. – 5 с. – Режим доступу: <http://ird.gov.ua/irdp/e20150302.pdf>

13. Концерн Volkswagen планирует расширить свое присутствие, инвестируя средства в новые продукты и инновационные технологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.volkswagengrouprus.ru/press/news/23160/>

14. Мороз Л. А. Тенденції розвитку українського автомобільного ринку і маркетингова комунікаційна політика його учасників / Л. А. Мороз // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2012. – № 735 : Логістика. – С. 154–159.

Liudmyla Stoliar, Candidate of Economic Sciences,
Svitlana Buchyk,

Chernivtsi Institute of Trade and Economics of KNUTE, Chernivtsi

AUTOMOBILE MARKET OF UKRAINE: STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT

Summary

The article summarizes the research of scientists and specialists and analyzes the state of the automobile market of Ukraine, attempts to determine the main factors influencing the development of the automobile market, outline its prospects in the near future. The article also outlines the main ways of solving existing problems in the car market in the context of intensifying Ukraine's international trade cooperation with leading countries and international organizations of the world, in particular, in the process of implementation of the Association Agreement between the Ukraine and the EU. The author emphasized the need to intensify the efforts of the state in promoting the development of the automobile market by implementing measures to increase investment attractiveness and stimulate the sale and national production of cars.

Keywords: automobile market, automobile industry, import, competitiveness.

References:

1. *Concept of the state target economic program of development of passenger automobile industry of Ukraine for the period up to 2020*, Order of the Cabinet of the Ministers of Ukraine. Available at: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/25-2014-%D1%80> (in Ukr.).

2. Shavkat, B. (2012). Autostarting. *Biznes [Business]*, vol. 5 (992). Available at: <http://www.business.ua/articles/automarket/Avtonastroy-> (in Ukr.).
3. Yuhnovska, Y. (2011). Strategies for the development of the machine-building enterprise. *Arkhiv Natsionalnoy biblioteky Ukrainy imeni V.I.Vernadskoho [Archive of the National Library of Ukraine named after V. Vernadsky]*. Available at: http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Dtr_ep/2011_1/files/EC111_30.pdf (in Ukr.).
4. State Statistics Service of Ukraine. *Sales and stocks of goods in the trade network and restaurant network in 2012*. Vol. II. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2013/bl/04/bl_IItom_12.zip (in Ukr.).
5. State Statistics Service of Ukraine. *Sales and stocks of goods in the trade network and restaurant network in 2013*. Vol. II. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2014/bl/05/bl_res_IIt_13.zip (in Ukr.).
6. State Statistics Service of Ukraine. *Sales and stocks of goods in the trade network and restaurant network in 2014*. Vol. II. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2015/bl/05/bl_pzt_II.zip (in Ukr.).
7. State Statistics Service of Ukraine. *Sales and stocks of goods in the business network of enterprises in 2015*. Vol. II. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2016/bl/05/bl_pzt2t15.pdf.zip (in Ukr.).
8. State Statistics Service of Ukraine. *Sales and stocks of goods in the business network of enterprises in 2016*. Vol. II. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2017/bl/05/bl_pzttmp2t_pdf.zip (in Ukr.).
9. State Statistics Service of Ukraine. *Sales and stocks of goods in the business network of enterprises in the first half of 2017*. Vol. II. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2017/bl/09/bl_pzttmp_2t_0617pdf.zip (in Ukr.).
10. *Ukrainian Motor Vehicle Manufacturers Association*. Statistics 2016. Available at: <http://ukrautoprom.com.ua/wp-content/uploads/2017/01/2016-market.pdf>
11. State Statistics Service of Ukraine. *Sales and stocks of goods in the business network of enterprises in the first half of 2017*. Vol. I. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2017/bl/09/bl_pzttmp_It_0617pdf.zip (in Ukr.).
12. Matskiv, O., Leschukh, I. (2015). Prospects and threats for the Ukrainian passenger car market from the creation of an FTA with the EU: expert assessment. Institute of Regional Studies M.I. Dolishni, NAS of Ukraine, Lviv. Available at: <http://ird.gov.ua/irdp/e20150302.pdf> (in Ukr.).
13. Volkswagen Group plans to expand its presence by investing in new products and innovative technologies. Available at: <http://www.volkswagengroupus.ru/press/news/23160/> (in Ukr.).
14. Moroz, L. (2012). Trends in the development of the Ukrainian automotive market and the marketing communication policy of its participants. *Visnyk Natsionalnoho universytetu Lvivska politekhnikha [Bulletin of the Lviv Polytechnic National University]*, vol. 735, pp.154-159 (in Ukr.).

