

СТАН І ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ АВТОМОБІЛІВ В УКРАЇНІ

***Анотація.** В статті проаналізовано основні результати одного з найбільш емних ринків – ринку автомобілів в Україні за 2006 – 2012 роки та основні тенденції його розвитку в залежності від основних економічних чинників та впливу економічної кризи. Обґрунтовано доцільність адаптації підприємств по торгівлі автомобілями до змін навколишнього середовища з використанням методів і принципів управління, що базуються на концепції маркетингової діяльності.*

Ключові слова: ринок автомобілів, обсяги ринку, динаміка продажів, темпи розвитку

Tiagunova N., Poltava Y.

STATUS AND TRENDS OF CARMARKET IN UKRAINE

***Summary.** The article analyzes the main results of one of the most intensive markets – the car market in Ukraine in 2006 – 2012 years and the main trends of development based on fundamental economic factors and the impact of the economic crisis. There was substantiated reasonability of cars trading businesses adapting to the environment changes using methods and management principles based upon the conception of marketing activity.*

Keywords: car market, market amounts, sales dynamics, development rates

1. Вступ

У сучасних умовах зберігається стійка тенденція змін в економіці України, які пов'язані з розвитком ринкових відносин, що супроводжується глибокими перетвореннями в області управління на всіх рівнях господарювання. Розвиток стратегічного аспекту маркетингу на ринку споживчих товарів має важливе значення, оскільки ринок вступив в ту стадію свого розвитку, коли відсутність чітко розроблених стратегій, призводить до зниження ефективності маркетингової діяльності і втрати конкурентних переваг підприємства.

Сучасна ситуація на ринку автомобілів України та економічні вимоги потребують корінних змін внутрішнього середовища підприємств. Одним з головних завдань ефективного функціонування підприємств є уміння адаптуватися до змін навколишнього середовища з використанням методів і принципів управління, що базуються на концепції маркетингової діяльності.

У даній статті поставлено за мету проаналізувати розвиток ринку автомобілів в Україні та визначити основні його тенденції. Структура статті відображає конкретні завдання для реалізації поставленої мети дослідження. В другому підрозділі проведено аналіз основних публікацій щодо розвитку та показників автомобільного ринку України. В третьому розділі представлено аналіз основних показників розвитку автомобільного ринку з зазначенням чинників, що мали істотний вплив. Головний висновок полягає в тому, що узагальнені розрізнені дані щодо розвитку ринку та визначені подальші тенденції розвитку українського ринку автомобілів в відповідності до світових тенденцій.

2. Аналіз основних літературних джерел

Проблемам розвитку даного ринку в цілому, а також процесам впровадження концепції маркетингової діяльності присвячені праці як вітчизняних, так і зарубіжних авторів: Сокола М., Лілік І. В., Азарян О. М., Шершньової Г. В., Біловодської О. А., Балабаниць О. В, Микитчук Т. О., Веремейчик О. Ф., Кліменко Р. Ю., Криковцевої Н. О., Муромкіної І. І., Решетнікової І. Л., Скріпника Т. В., Шубіна О. О. та ін. Проте, питанням щодо стану та тенденцій подальшого розвитку ринку автомобілів удосконалення структури управління з урахуванням маркетингових аспектів приділяється недостатньо уваги, використання принципів маркетингу як основи для реформування, не знайшло достатнього дослідження і відображення. Більш того, питання управління торговельними підприємствами на ринку автомобілів залишаються малодослідженими, а результати праць зарубіжних учених-економістів потребують адаптації до умов української економіки.

3. Емпіричні результати

Автомобільний ринок України функціонує в чіткій залежності від наслідків кризового становища так, як і вся економіка країни. Попит та обсяги ринку протягом останніх років досить динамічно мінялися, то зростаючи, то падаючи. На певний час популярним став обмін уживаних авто, а не придбання в автосалонах нових машин. Банки на початку економічної кризи майже не надавали кредитів, що призвело до зміщення придбання авто в розстрочку в сторону лізингу та кредитування власними фінансовими структурами. Отже, в досить негативній ситуації, що склалася, багато стало залежати від збутової політики кожної з компаній, загострилась боротьба за споживача. Майже всі фірми почали широко використовувати різноманітні маркетингові стратегії, рекламу, акції і системи знижок.

До 2008 року ринок легкових автомобілів характеризувався високими темпами розвитку, у 2009 році ринок скоротився на 71% [5]. Аналогічна тенденція спостерігається і з обсягами виробництва легкових автомобілів: даний показник майже у 6 разів зменшився (з 401,6 тис. од у 2008 р. до 65,7 тис. од у 2009 році) [4].

Таблиця 1

Продажі нових легкових автомобілів в Україні за марками, шт.

№ п/п	Марка	Грудень 2011	Листопад 2012	Грудень 2012	Зміни до грудня 2011, +/-%	Зміни до листопада 2012, +/-%	2011 рік	2012 рік	Зміни 2012 р. до 2011 р., +/-%
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	HYUNDAI	1905	2048	2080	9,2	1,6	21829	22868	4,8
2	BAZ	2541	1675	1785	-29,8	6,6	28436	19718	-30,7
3	ZAZ	1723	1615	1473	-14,5	-8,8	19529	18124	-7,2
4	KIA	781	1419	1324	69,5	-6,7	9307	16111	73,1
5	VOLKSWAGEN	1387	1633	1471	6,1	-9,9	10099	15786	56,3
6	TOYOTA	2024	1411	1384	-31,6	-1,9	12906	15710	21,7

Продовження табл. 1

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7	SKODA	1395	1228	1285	-7,9	4,6	10596	13948	31,6
8	RENAULT	1453	1588	1364	-6,1	-14,1	11478	13567	18,2
9	NISSAN	1120	1272	1206	7,7	-5,2	9245	12609	36,4
10	GEELY	1092	414	2081	90,6	402,7	6449	12099	87,6
11	FORD	1111	944	1067	-4,0	13,0	10446	10238	-2,0
12	CHEVROLET	879	648	638	-27,4	-1,5	10869	9616	-11,5
13	MITSUBISHI	781	532	499	-36,1	-6,2	6938	5501	-20,7
14	DAEWOO	429	359	401	-6,5	11,7	5072	4549	-10,3
15	HONDA	234	337	284	21,4	-15,7	3154	3752	19,0
16	PEUGEOT	496	301	258	-48,0	-14,3	3259	3718	14,1
17	CHERY	457	235	239	-47,7	1,7	4374	3519	-19,5
18	CITROEN	242	290	229	-5,4	-21,0	1401	3149	124,8
19	SSANGYONG	315	301	351	11,4	16,6	2723	3017	10,8
20	MERCEDES-BENZ	228	278	228	0,0	-18,0	1649	2791	69,3
21	AUDI	141	304	249	76,6	-18,1	1471	2752	87,1
22	BMW	229	313	207	-9,6	-33,9	1668	2674	60,3
23	OPEL	95	247	204	114,7	-17,4	1240	2460	98,4
24	FIAT	140	176	248	77,1	40,9	1350	2118	56,9
25	БОГДАН	46	262	226	391,3	-13,7	433	2115	388,5
26	LEXUS	154	217	195	26,6	-10,1	1838	1887	2,7
27	MAZDA	108	146	174	61,1	19,2	1698	1714	0,9
28	SUZUKI	129	140	169	31,0	20,7	1712	1687	-1,5
29	LAND ROVER	122	114	139	13,9	21,9	879	1472	67,5
30	SUBARU	147	103	68	-53,7	-34,0	1355	1142	-15,7
Інші		524	745	776	48,1	4,2	4050	7191	77,6
Усього		22428	21295	22302	-0,6	4,7	207453	237602	14,5

Ринок автомобілів України є предметом дослідження різних компаній, таких як: Інформаційно-аналітична група Автоконсалтинг (<http://autoconsalting.com.ua/>), Автоцентр (<http://autocentre.ua/>), Автомобили статистика продаж (<http://autoconsultant.com.ua/>) та ін. На жаль, результати їх досліджень певною мірою відрізняються, втім вважаємо за доцільне навести результати в їх версії.

За підсумками 9 місяців 2012 року продажі нових автомобілів в Україні збільшилися на 23% – до 256,6 тис. одиниць. Виробництво легкових автомобілів в Україні за 9 місяців 2012 року скоротилося в порівнянні з аналогічним періодом 2011 року на 23,5% – до 54 949 одиниць. [6]

На автомобільному ринку України дилери продали 173 854 нових іномарок за січень – листопад 2012 року. За 11 місяців 2012 року кількість продажів нових іномарок на ринку України перевищив кількість продажів за 11 місяців 2011 року на 15 856 автомобілів. За даними аналітичної групи Михайла Сокола – Рейтинг продажів іномарок на ринку України за 2006 – 2012 роки складає [7] : 1 місце рейтингу – 2008 р. – 456 633 іномарок 2 місце рейтингу – 2007 р. – 347 420 іномарок 3 місце рейтингу – 2006 р. – 206 908 іномарок.

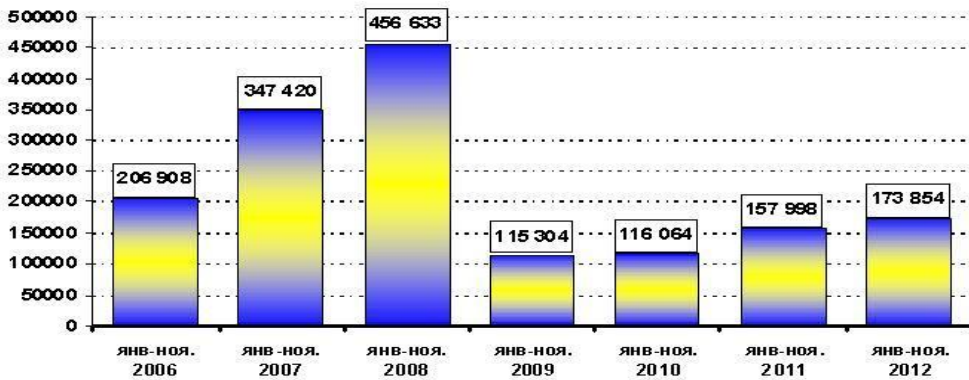


Рис. 1. Обсяги продажів нових іномарок за січень-листопад 2006 – 2012 рр. в Україні

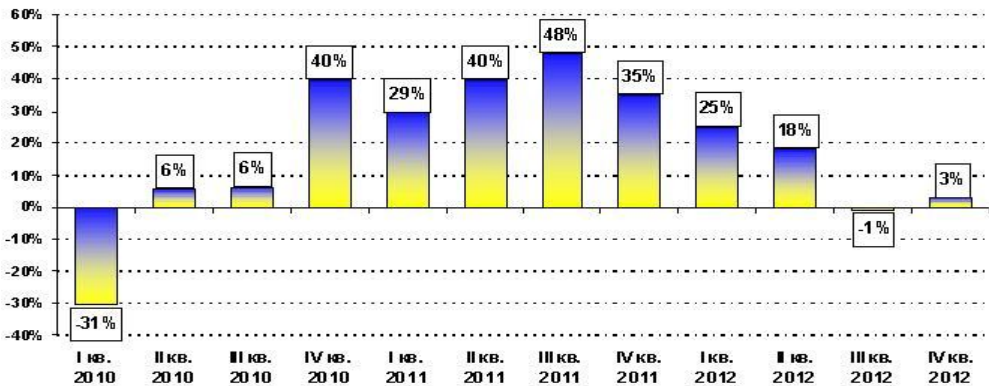


Рис. 2. Темпи приросту обсягів продажів нових іномарок в Україні по відношенню до відповідного періоду попереднього року.

На думку фахівців інформаційно-аналітичної групи AUTO-Consulting, що оприлюднили невтішні дані, за підсумками 2012 продажі нових автомобілів в Україні вперше за останні три роки скоротилися. Цей показник знизився майже на 1,5%, до 217,403 тис. (з 220 тис. у 2011 році). Основний внесок в спад продажів вніс попит, що знизився на бюджетні моделі, такі як ЗАЗ Lanos, Daewoo Matiz і Nexia, яких, в порівнянні з показниками 2011 року, було реалізовано менше, відповідно, на 50,5%, на 39,8% і на 34%. Крім того, не могла не позначитися і економічна ситуація в країні, коли у населення просто немає зайвих грошей для таких покупок, як автомобіль.

У той же час за даними, поширеними асоціацією «Укравтопром», картина на українському ринку діаметрально протилежна. Статисти асоціації наполягають на тому, що в 2012 році нових легкових автомобілів було продано більше, ніж роком раніше, причому на цілих 14%. Якщо ж говорити про абсолютні величини, то різниця між продажами по AUTO-Consulting і продажами по «Укравтопрому» становить 25500 автомобілів.

Експерти «Автоцентру» схильні більше вірити першими даними, адже вони співвідносяться з державною статистикою. Так, згідно з даними Держстату, за підсумками 11 місяців 2012 року в промисловості відбувся спад на 1,5%, причому падіння спостерігалось в останні кілька місяців. Крім того, якщо на початку 2012 року прогнозувався зростання ВВП на 2,4% за підсумками року, то в листопаді міжнародне рейтингове агентство Fitch Ratings знизило прогноз до 0,5%. А оскільки автомобільний ринок є по суті дзеркалом стану економіки держави в цілому, то навряд чи люди почали купувати більше автомобілів.

«Падіння авторинку було обумовлено стагнацією економіки України, спадом промисловості, падінням автокредитування (банківські ставки для населення на сьогодні найвищі за останні 10 років), низькою ліквідністю гривні та девальваційними очікуваннями. І навіть в 1-му півріччі нинішнього року передумов до зростання авторинку немає, і його падіння триватиме. Більш того, якщо буду підвищені податки на автоімпорт: введення утилізаційного збору, спецмита на автоімпорт, збільшення ввізного мита з 10% до 25% і т.д., то авторинок України і продажу автомобілів можуть впасти на 65 – 70 », – вважають в асоціації автоімпортерів ВААІД. [7]

Що ж стосується трійки лідерів серед проданих марок, то тут AUTO-Consulting і «Укравтопрому» одностайні тільки в питанні визначення переможця – рік «виграв» Hyundai. А ось з приводу розподілу місць за спиною у корейської марки думки двох компаній знову розділилися. За версією групи AUTO-Consulting, друге місце у ЗАЗ, третє – ВАЗ, тоді як «Укравтопром», навпаки, «віддав» продукції Запорізького автозаводу третю позицію, а Вазу – друге, що має підтверджувати тезу Асоціації автопроизводителів України про те, що автомобілі українського виробництва здають позиції імпорту. Ось і в 2012 році, як стверджує «Укравтопром», частка вітчизняної продукції, включаючи легкові, комерційні автомобілі і автобуси, впала ще на 8% і склала всього 20% від загального ринку [8].

4. Висновки

Як і в цілому в світі, український ринок автомобілів є надзвичайно динамічним і певною мірою таким, що демонструє тенденції економічного благополуччя населення країни. Не дивлячись на певні труднощі, та все ж він розвивається і залишається цікавим не тільки для українських дослідників.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Сокол М. Маркетинг на рынке легковых автомобилей / Сокол М. – К.: Альфа Реклама, 2012. – 500 с.
2. Біловодська О.А. Стратегічне маркетингове управління виведенням нового товару на ринок [Текст]/ О. Біловодська, Є. Нагорний // Маркетинг в Україні. – 2006. – №3. – С.47-56
3. Режим доступу www.rusnauka.com/14.../45761.doc.htm - Шершньова Г. В Аналіз якісних методів в маркетинговій діяльності торговельних підприємств.
4. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Асоціація автовиробників України [Електронний ресурс]. – режим доступу: <http://ukrautoprom.com.ua>
6. Режим доступу: <http://economics.unian.net/r>.
7. Режим доступу: <http://autoconsultant.com.ua> по матеріалам http://www.atlantm.ua/holding/press/analytics/analytics_1730.html
8. Режим доступу: <http://www.autocentre.ua/news/autobusiness/avtomobilnyy-rynok-ukrainy-v-2012-godu-rost-ili-padenie-ka-50866.html>.