

РИНОК ЛЕГКОВИХ АВТОМОБІЛІВ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ

***Анотація.** Досліджено стан, зокрема поточний, вітчизняного ринку легкових автомобілів. Особливу увагу приділено вторинному ринку легкових автомобілів України. У статті проаналізовано значний обсяг статистичної інформації, що характеризує показники вітчизняного ринку легкових автомобілів.*

Ключові слова: аналіз ринку, ринок легкових автомобілів, вторинний ринок легкових автомобілів, сервісна політика автодилера.

О. Дима

CAR MARKET AND PROSPECTS OF ITS DEVELOPMENT IN UKRAINE

***Abstract.** The state, including current, of the domestic car market was investigated. Particular attention was paid to the second-hand car market in Ukraine. The article analyzes the significant amount of statistical information that characterizes the indicators of the domestic car market.*

Keywords: market analysis, car market, second-hand car market, auto-dealer service policy.

1. Вступ

Прояви кризи негативно позначилися на багатьох вітчизняних ринках. Особливо гостро негативні процеси проявляються на ринках послуг та товарів довгострокового споживання. Купівельна спроможність населення різко знизилася, що зумовлено інфляцією, зниженням доходів та негативними очікуваннями. Великий бізнес так само, як і малі й середні підприємства, максимально скорочує свої витрати, намагаючись мінімізувати збитки від кризових процесів у країні. Очевидною є відсутність позитивних перспектив для ринку легкових автомобілів і, особливо, швидкого повернення до показників 2007-2008 рр.

Для забезпечення стійкості свого бізнесу вітчизняні автодилери вимушені розробляти нові моделі отримання прибутку. Дослідження структури ринку легкових автомобілів західних країн вказує на значні відмінності від українського ринку.

Вітчизняні автодилери повинні не лише концентрувати свої зусилля на продажу нових автомобілів, але й звернути увагу на вторинний ринок автомобілів, автосервісне обслуговування та інші супутні послуги. Це дозволить розширити прибуткову базу та забезпечить довгострокову стійкість бізнесу. Метою статті є дослідження поточного стану ринку легкових автомобілів та визначення подальших перспектив його розвитку.

2. Огляд останніх досліджень і публікацій з проблеми

Проблеми ринку легкових автомобілів досліджує ряд вітчизняних учених: Юринець О. В., Марушак О. Я. [10], Мороз Л. А. [3], Перетятко А. В. [4], Прохницька Г. Л. [5], Чайченко Ю. В., Яременко С. С. [11], В. В. Мовчаренко, В. В. Гливенко [2], Савич О. П. [8], Сафоненко А. М. [9] та багато інших. Крім цього, ринок автомобілів України прискіпливо вивчають вітчизняні консалтингові компанії Автоконсалтинг, Кредит-Рейтинг та галузеві організації.

3. Аналіз первинного ринку легкових автомобілів

Для формування уявлення про структуру ринку легкових автомобілів наведемо кілька показників діяльності ринку.

Починаючи з 2001 року, темп зростання обсягів продажу нових автомобілів становив більше від 30 %. Позитивна динаміка зростання продажів легкових автомобілів протрималася до початку економічної кризи 2008 року, коли ринок був відкинтий до показників 2003 року (рис. 1).

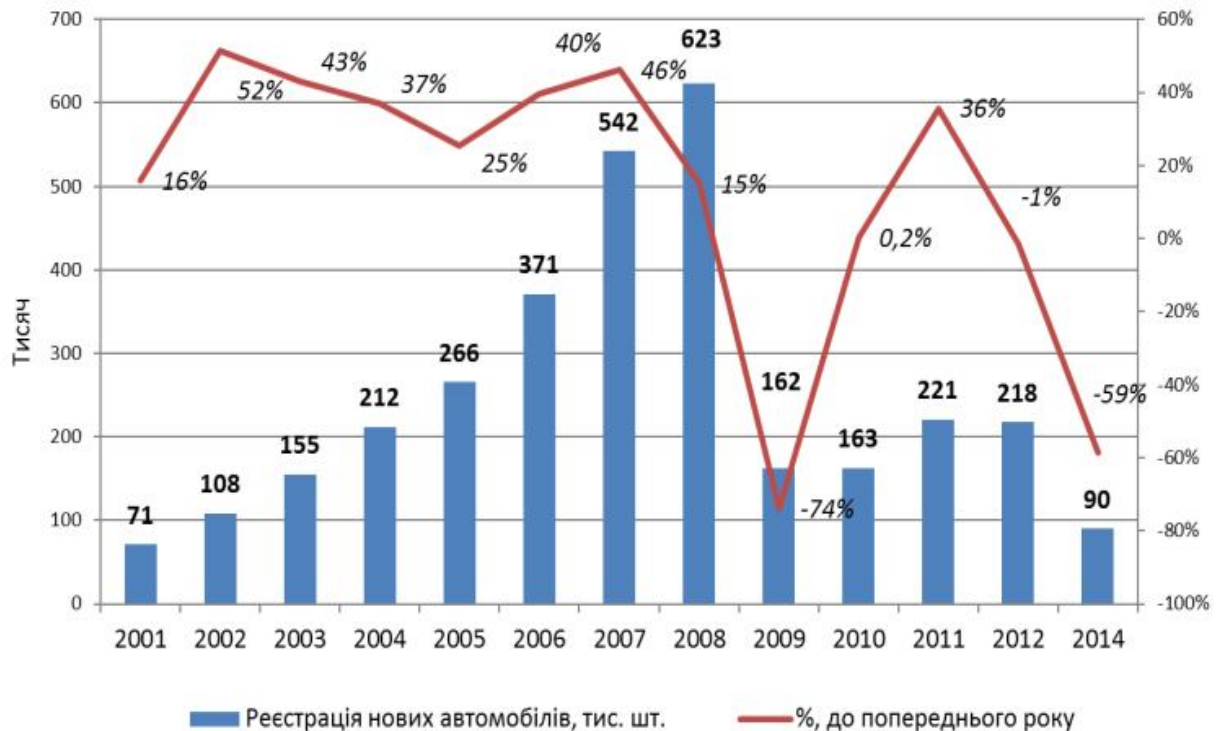


Рис. 1. Обсяги продажу нових автомобілів в Україні (складено автором на основі даних Автоконсалтинг [6])

Таблиця 1

Розподіл продажу нових автомобілів за їх походженням*

Показники	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Автомобілі, імпортовані з-за кордону (СВU), тис. шт.	54	105	184	246	67	86	144	153
Крупновузлове збирання (SKD), тис. шт.	61	97	174	234	52	36	26	27
СВU + SKD, тис. шт.	115	202	358	480	119	122	169	180
Автомобілі вітчизняного виробництва, тис. одиниць	151	169	184	143	43	41	51	38
Усього, тис. шт.	266	371	542	623	162	163	221	218
Частка іноземних автомобілів, %	43,2	54,5	66,0	77,0	73,3	74,9	76,7	82,7

* Складено автором на основі даних Автоконсалтинг [6]

Насамперед варто відзначити, що автомобільний ринок після економічної кризи “не поспішає” відновлюватися. Станом на кінець 2012 року обсяги продажу нових автомобілів перебували на рівні, зафіксованому в 2004 році. Крім цього, вже другий рік спостерігається стагнація ринку, зі зниженням обсягів продажу нових автомобілів на 1,5 % у 2012 році.

Станом на 2012 рік серед усього обсягу проданих автомобілів майже 82,72 % вироблені інозем-

ними компаніями, тоді як у 2005 році кількість автомобілів, імпортованих із інших країн, не перевищувала 45 % (табл. 1).

Варто зауважити, що спостерігається зміна вподобань споживачів. Так, щороку все більше продається автомобілів високого та середнього цінних сегментів, тоді як продажі автомобілів у низькому цінному сегменті постійно знижуються (рис. 2).

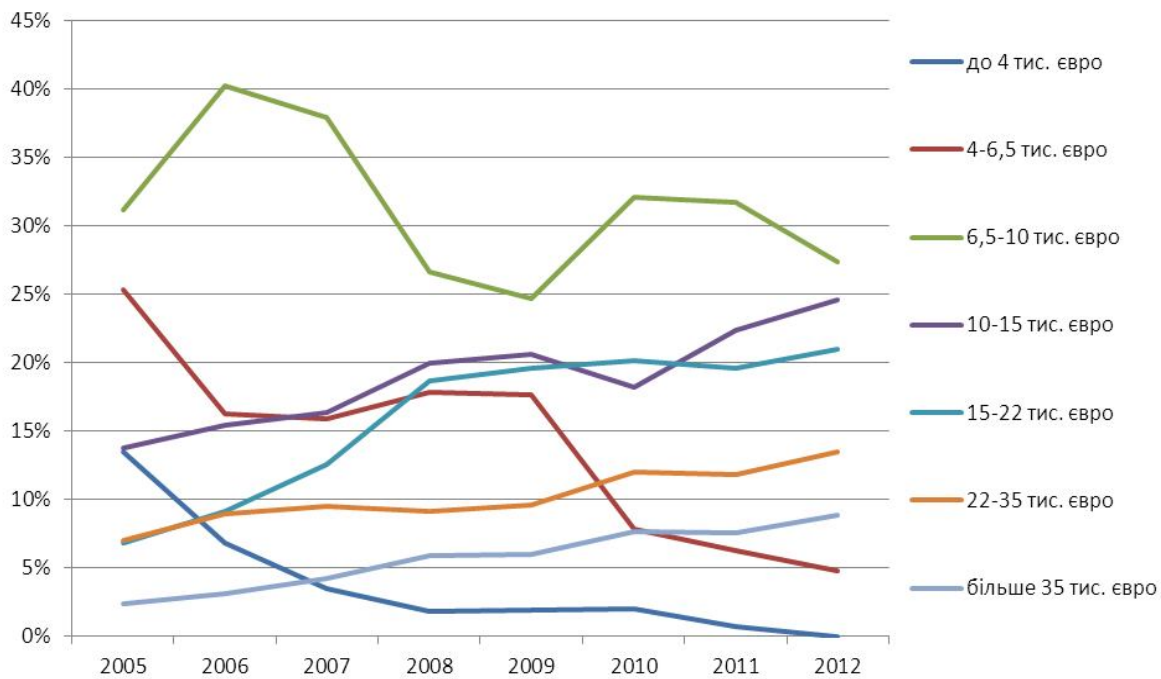


Рис. 2. Динаміка продажу автомобілів різних цінових сегментів (складено автором на основі даних Автоконсалтинг [6])

За даними провідних вітчизняних автодилерів, зменшення обсягів продажів у 2014 р. найбільше торкнулося автомобілів вищого цінового сегмента, тоді як зниження продажів у низькому ціновому сегменті спостерігається менше. Зазначимо, що обсяги продажу автомобілів у 2014 році скоротилися майже вдвічі, відкинувши ринок до показників 2002 р. Виробництво на вітчизняних автозаводах скоротилося за підсумками року на 35 %, причому в останні місяці року спостерігалось скорочення обсягів виробництва в межах 60-80 % [1].

4. Стан вітчизняного парку легкових автомобілів

Якщо не акцентувати увагу на макроекономічних показниках економічного розвитку України, то ми можемо констатувати, що вітчизняний ринок

легкових автомобілів все ж має багато передумов для зростання. Крім купівельної спроможності, економічних реалій та відповідних очікувань споживачів, треба враховувати стан автопарку та кількість легкових автомобілів на 1000 осіб. Саме за останніми показниками вітчизняний ринок має всі перспективи стати справжнім “клондайком” для багатьох виробників автомобілів.

За даними Асоціації дилерів автомобілів з пробігом, український авторинок далекий від насичення. У середньому по Україні показник автомобілізації становить менше 200 авто на 1000 жителів (рис. 3). У Європі показник автомобілізації складає 400 авто на 1000 жителів, а в Італії – до 600 авто. Середній вік автомобіля в Європі – 8 р., тоді як в Україні середній вік вітчизняних марок – 14-16 р., іномарок – 10-12 р.

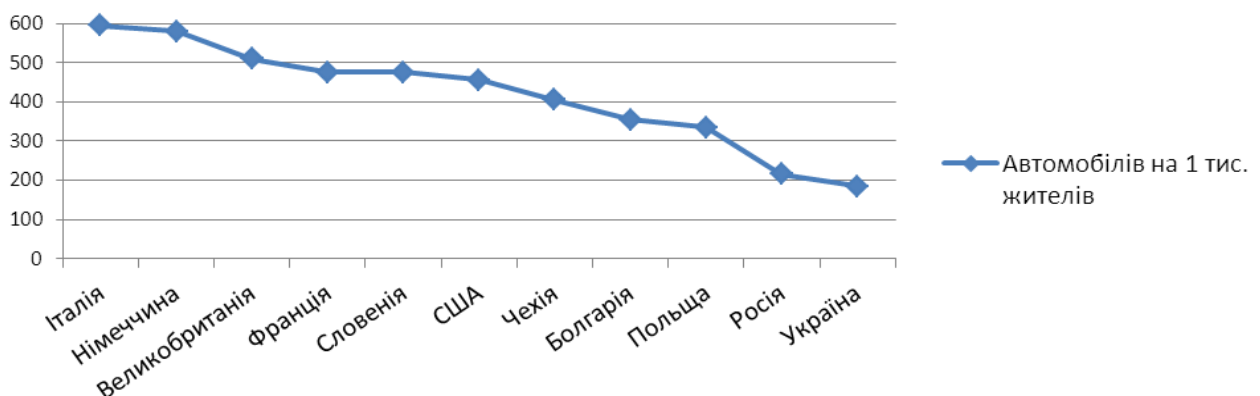


Рис. 3. Концентрація легкових автомобілів на 1000 жителів [8]

5. Перспективи розвитку вторинного ринку легкових автомобілів

Варто відзначити, що все більше розвивається вторинний ринок автомобілів. Отже, споживачі надають перевагу автомобілям преміум та середнього сегментів відомих товаровиробників на вторинному ринку, замість придбання нових автомобілів із низького цінового сегмента.

Звернемося до вторинного ринку легкових автомобілів України. Зокрема, в Європі та США автодилери на кожен новий автомобіль продають 1,25-2,0 уживаних [7]. Після економічної кризи, щоб компенсувати втрати від спаду на первинному ринку, дилери активно розпочали торгівлю автомобілями з пробігом. В Україні донедавна вторинний авторинок мало цікавив дилерів і був на 90 % стихійним. У 2009 році ситуація різко змінилася. Кри-

мобілів із пробігом, кількість яких перевищує 60 % (рис. 4). Причому продажі автомобілів із пробігом, завезених із-за кордону, не перевищує 1 %, що зумовлено високими митними ставками.

Базуючись на даних Асоціації дилерів автомобілів з пробігом [7], вторинний ринок автомобілів має таку структуру (рис. 5):

Останнім часом офіційні автодилери активізувалися з послугою trade-in. Це дозволяє збільшити обсяги продажу автомобілів на первинному ринку та забезпечити додатковий прибуток.

Крім того, як показує зарубіжна практика, автодилери на кожний новий автомобіль продають 1,25-2 автомобілі з пробігом. Навіть більше, без зустрічної купівлі вживаного автомобіля нові майже не продаються. Це зумовлює відповідну структуру прибутку автодилера. На рис. 6 показано

Таблиця 2

Співвідношення первинного та вторинного ринків автомобілів*

Показники ринку	Ринок автомобілів	
	первинний	вторинний
Обсяг у 2009 р., автомобілів	162292	337886
Скорочення у 2009 р., %	74	19,4
Грошовий еквівалент, млрд. євро	2,4	1,7-2,5
Середня ціна автомобіля, тис. євро	14,8	5-7

* Складено автором на основі даних Асоціації дилерів автомобілів з пробігом [7]

за обвалила продажі на первинному ринку на 74 %. При цьому вторинний ринок знизився лише на 19,4 % (табл. 2).

Експерти пояснюють це тим, що такий сегмент менше залежить від кредитування, а тому він не так сильно постраждав від кризи. Крім того, знизилася і доходи населення, що прямо відобразилося на споживчих перевагах українців [7]. Попит на автомобілі залишається на високому рівні, але купівельна спроможність знизилася. Тому споживачі готові купувати автомобілі з пробігом, які коштують значно дешевше від нових.

На сьогоднішній день особливістю ринку легкових автомобілів України є значна частка авто-

структуру прибутку, яка існувала в більшості вітчизняних автодилерів до 2008 року, та зроблено порівняння зі структурою прибутку автодилерів США [7].

За даними Асоціації дилерів автомобілів з пробігом, в Україні станом на 2010 рік частка угод за схемою trade-in у продажах офіційних дилерів мінімальна. У великих гравців, які беруть автомобілі в залік, вона становить не більше від 5-10 % [7]. Співвідношення продажів автомобілів через умовно первинний ринок на вторинному ринку представлено на рис. 7.

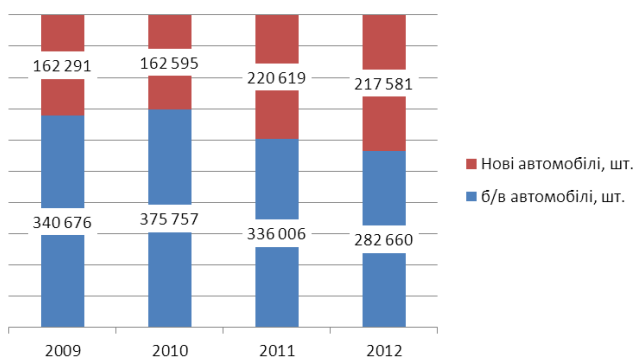


Рис. 4. Продажі нових та б/в автомобілів в Україні, 2009-2012 роки (складено автором на основі даних Автоконсалтинг [6])

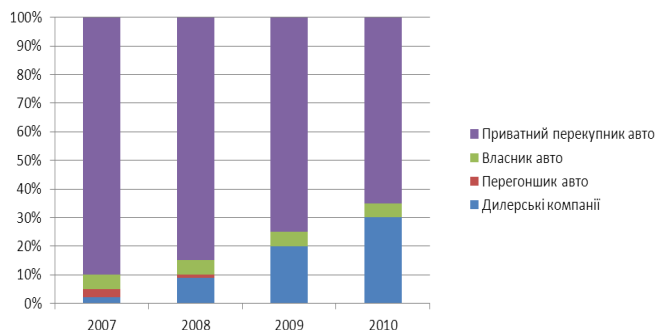


Рис. 5. Структура вторинного ринку автомобілів за типом посередників [7]

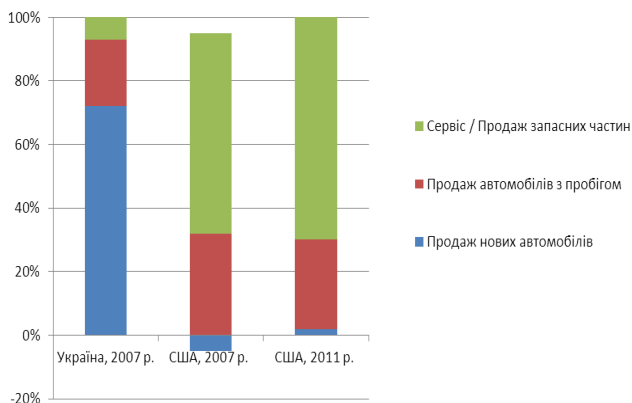


Рис. 6. Структура доходів автосалонів в Україні та США (складено автором на основі даних Асоціації дилерів автомобілів з пробігом (Україна) та National Automobile Dealers Association (США) [7, 12])

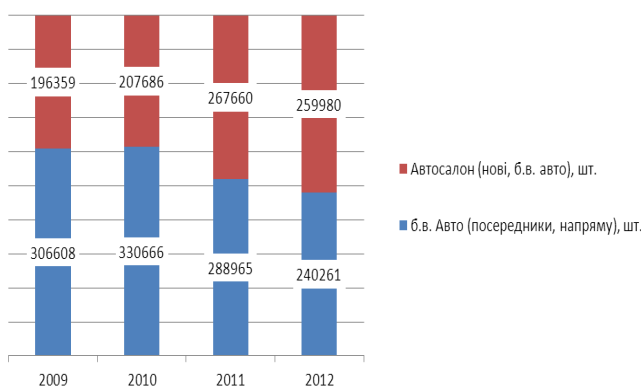


Рис. 7. Продажі автомобілів через автосалони та на «стихийному» ринку в 2009-2012 рр. (складено автором на основі даних Автоконсалтинг [6])

6. Структура ринку легкових автомобілів України

Купівля автомобіля в залік є лише одною послугою, що надається автосалонами кінцевому споживачу. Не варто забувати, що автосалони можуть/мають забезпечувати споживача якісним сервісом, вчасним технічним оглядом і постачанням запасних частин та іншими послугами до купівлі, під час купівлі та після купівлі товару. Після проведеного аналізу ми можемо представити структуру ринку автомобілів України в такому вигляді (рис. 8):

На жаль, вітчизняні автосалони до цього часу вбачають основне джерело прибутку саме в продажу автомобілів, що значно обмежує їх прибуткову базу, роблячи вразливими до кризових процесів у економіці та прояву такого негативного явища, як відкладений попит.

7. Висновки та напрямки подальших досліджень

Ринок легкових автомобілів переживає сьогодні не найкращі часи. Переважна більшість автомобілів експортуються з інших країн, що негативно відображається на платіжному балансі України. Водночас в Україні розвивається вторинний ринок автомобілів, що наближає його за структурою до західних ринків, де превалюють продажі вже використаних машин. Щорічні продажі тільки на 40 % забезпечуються на первинному ринку.

Формується цивілізований ринок продажу автомобілів із пробігом. Розвиток вторинного ринку дає змогу вітчизняним автосалонам розширити сервісний складник свого бізнесу та підвищити «стійкі» характеристики автомобілів, продовжуючи їх життєвий цикл і мінімізуючи навантаження на навколишнє середовище.

У подальших дослідженнях варто детально розглянути сервісний сегмент ринку легкових автомобілів. Особливо доцільно проаналізувати взаємо-

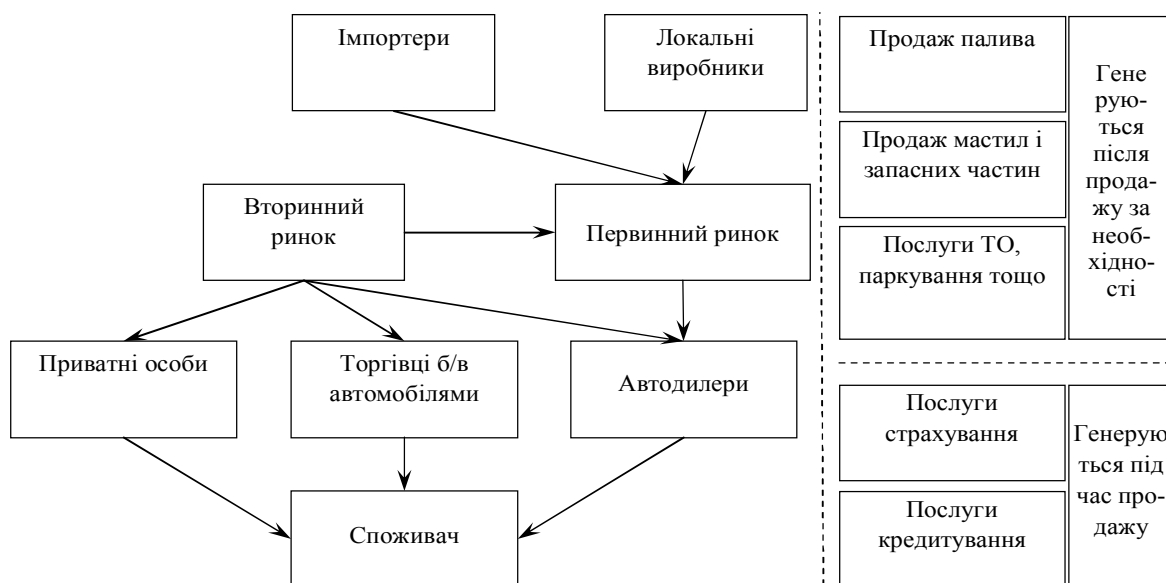


Рис. 8. Структура ринку легкових автомобілів України (власна розробка автора)

зв'язок кредитних послуг та страхових послуг із обсягами збуту легкових автомобілів. Не менш важливо оцінити поточний рівень та перспективи розвитку автосервісу, який автодилери можуть пропонувати своїм споживачам.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. В Україні виробництво автотранспорту цього року впало на 28% // УНІАН. – 2014 / [Електронний ресурс] : Веб-сайт УНІАН. – Режим доступу : <http://economics.unian.ua/industry/1006041-v-ukrajini-virobnitstvo-avtotransportu-tsogo-roku-vpalo-na-28.html> – Назва з екрана.
2. Мовчаренко В. В. Аналіз ринку легкових автомобілів України / В. В. Мовчаренко, В. В. Гливенко // Наук. вісник Черніг. держ. ін-ту економіки і управління. – 2011. – Вип. 3. – С. 176-179. – (Серія “Економіка”).
3. Мороз Л. А. Тенденції розвитку українського автомобільного ринку і маркетингова комунікаційна політика його учасників / Л. А. Мороз // Вісник Нац. ун-ту “Львів. політехніка”. – 2012. – № 735. – С. 154-159.
4. Перетяцько А. В. Аспекти розвитку вітчизняного легкового автомобілебудування / А. В. Перетяцько // Економіка: реалії часу. – 2013. – № 5. – С. 31-37.
5. Прохницька Г. Л. Кон'юнктура глобального ринку легкових автомобілів : автореф. дис... канд. екон. наук : 08.00.02 / Г. Л. Прохницька, К. : Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка, 2009. – 20 с.
6. Ринок автомобілів // Автоконсалтинг. – 2014 [Електронний ресурс] : Веб-сайт Автоконсалтинг. – Режим доступу: <http://www.autoconsulting.com.ua/> – Назва з екрана.
7. Рынок автомобилей с пробегом в Украине : Независимое исследование Ассоциации дилеров автомобилей с пробегом [Електронний ресурс] : Веб-сайт Булавка: автомобили с пробегом, 2014. – Режим доступу: <http://www.bulavka.ua/files/pic/news/carmarket.pdf>. – Назва з екрана.
8. Савич О. П. Маркетинг автозапчастин : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / О. П. Савич. – К. : Держ. вищ. навч. закл. “Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана”, 2012. – 200 с.
9. Сафоненко А. М. Формування сервісної політики підприємства у системі маркетингу : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04 / А. М. Сафоненко. – К. : Держ. вищ. навч. закл. “Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана”, 2013. – 236 с.
10. Юринець О. В. Тенденції та перспективи розвитку автомобілебудівної галузі України у післякризовий період / О. В. Юринець, О. Я. Марущак // Вісник Національного університету “Львівська політехніка”. Проблеми економіки та управління. – 2013. – № 754. – С. 99-105.
11. Яременко С. С. Огляд автомобільного ринку України та тенденції його розвитку / С. С. Яременко, Ю. В. Чайченко // Materiały IX Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji “Naukowa myśl informacyjnej powieka – 2013” Volume 4. Ekonomiczne nauki: Przemysł. Nauka i studia. – S. 51-57.
12. NADA state-of-the-industry repo, 2012 [Електронний ресурс] : Веб-сайт National Automobile Dealers Association, 2014. – Режим доступу: <http://www.nada.org/NR/rdonlyres/C1C58F5A-BE0E-4E1A-9B56-1C3025B5B452/0/NADADATA2012Final.pdf>. – Назва з екрана.