

УДК 332.14:69.003

Костриченко В. М., к.е.н., доцент (Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

РАЦІОНАЛІЗАЦІЯ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕВОГО РИНКУ

Досліджується функціонування одного із галузевих ринків – ринку автомобілів. Аналізуються тенденції зміни елементів ринкового механізму – попиту, пропозиції та ціни за окремими сегментами даного ринку. Обґрунтовуються раціональні стратегічні пріоритети та напрямки розвитку автомобільного ринку в Україні.

Ключові слова: галузевий ринок, ринок автомобілів, попит, пропозиція, ціна, раціоналізація розвитку.

Вступ. В економічно розвинутих країнах більша частина доходів підприємств, домогосподарств, інституцій державної влади формується на галузевих ринках. В Україні стійкий розвиток економіки в середньо- та довгостроковій перспективі можливий за умови раціоналізації функціонування галузевого ринку. Однак економічна криза 2008 року, а потім військові дії на сході країни призвели до зниження економічної активності в державі та купівельної спроможності споживачів. Автомобільний ринок, який до недавнього часу був однією з найбільш розвинених галузей української економіки, характеризується нестабільністю та практично непрогнозованістю, суттєвим скороченням у 2015 р. обсягів продажів нових автомобілів, зміщенням попиту на авто нижчого цінового класу, зростанням частки продажів автомобілів комерційного сегменту, активізацією вторинного ринку автомобілів.

Вагомий внесок у дослідження проблем функціонування галузевих ринків та розвитку ринку автомобілів, зокрема, зробили відомі вітчизняні вчені, а саме: В. Апопій, В. Бодров, Б. Буркинський, В. Геєць, В. Загорський, А. Ігнатюк, І. Коломієць, О. Котлубай, О. Кривоконь, В. Лисюк, Т. Осташко, М. Окландер, О. Пустовойт, А. Садєков, Л. Саркісян, В. Точилін, М. Федотова, Ф. Хміль, О. Шубін. Суттєві результати зарубіжних досліджень світового та національних ринків автомобілів викладені в роботах О. Вільямсона, К. Го-меса, Р. Коуза, В. Крюгер, Н. Мадлани, Д. Пікотто, Е. Хейманна, Р. Шніпера. Особливої актуальності набувають кон'юнктурні дослідження ринку автомобілів в Україні, що дозволить сформувати подальшу ефективну стратегію його розвитку.

Мета статті – дослідити особливості функціонування окремого галузевого ринку, провести аналітичну оцінку сучасних тенденцій розвитку українського автомобільного ринку та майбутнього споживчого попиту, визначити стратегічні пріоритети та обґрунтувати раціональні напрямки

розвитку ринку автомобілів.

Основна частина. Сутність галузевих ринків, особливості та закономірності їх функціонування активно досліджувались зарубіжними та вітчизняними вченими. Існують різні підходи до визначення цього поняття. У вузькому розумінні галузевий ринок являє собою сукупність угод з приводу купівлі-продажу товарів певної галузі. З позицій системного підходу галузевий ринок слід розглядати як економічні відносини та взаємодії підприємств однієї галузі з іншими агентами ринку з приводу продажу своїх товарів, з урахуванням сформованої кон'юнктури і наявного ринкового попиту. Галузевий ринок – це середовище функціонування суб'єктів і об'єктів товарного ринку, які беруть участь у відносинах виробництва, обміну та споживання товарів і об'єднані певним видом економічної діяльності (згідно національного галузевого класифікатору видів економічної діяльності). Галузевий ринок можна використовувати для агрегованого аналізу внутрішнього і світового ринку, процесу інвестування, інноваційних механізмів, входження на ринок і державного регулювання галузей [2].

Кон'юнктурні дослідження галузевого ринку дають можливість своєчасно і ефективно розробити рішення та стратегії з метою усунення наявних чи можливих диспропорцій його розвитку. Нагадаємо, що розвиток означає еволюцію, поліпшення, удосконалення, зростання і розширення, прогрес об'єкта при переході системи на більш високий рівень, а також може означати його регрес при переході на більш низький рівень розвитку.

До галузевих ринків відноситься і автомобільний ринок, який є об'єктом цього наукового дослідження. Автомобільний ринок України є товарним ринком, який активно розвивається. Розвиток автомобільного ринку супроводжується подальшим загостренням конкуренції. Автомобільний ринок – це сукупність готових автомобілів та відносин, через які взаємодіють суб'єкти ринку з метою обміну автомобілів на грошові кошти. Об'єктом (товаром) автомобільного ринку є готовий автомобіль. На автомобільному ринку функціонують такі суб'єкти: 1) представники попиту: фізичні та юридичні особи; 2) представники пропозиції: виробники автомобілів і продавці автомобілів (автодилери); 3) держава в особі уряду.

Автомобільний ринок, будучи відкритою економічною системою, відчуває на собі вплив численних екзогенних (на рівні світового господарства) та ендегенних (на рівні національної економіки) факторів. Сукупна дія цих факторів (економічних, соціальних, ринкових, інституційних тощо) визначає особливості функціонування та вектор розвитку даного ринку.

Автомобіль належить до товарів тривалого користування, попит на які визначається двома групами факторів – об'єктивними (доходи населення, зростання цін, обмінний курс, ставки за кредитами та депозитами) та суб'єктивними (сприйняття споживачами поточної ситуації, очікування змін в майбутньому, індекс споживчого настрою, готовність взяти кредит).

Згідно дослідження, проведеного компанією GfK Ukraine, під час кризи на автомобільному ринку України важливість суб'єктивних чинників при ухваленні рішення щодо купівлі нового автомобіля зростає майже вдвічі.

У структурі ринку автомобілів можна виокремити кілька товарних ринків: ринок легкових автомобілів, ринок вантажних автомобілів, ринок автобусів, ринок спеціалізованої техніки. В дослідженнях функціонування автомобільного ринку використовується сегментація за ціною, за класом авто, за кількісними показниками обсягів продажу, за маркетинговими зусиллями конкурентів, за споживачами. Крім того, не менш важливою є сегментація в розрізі товарних груп. Так, для легкових автомобілів розглядаються такі сегменти: вітчизняні та іноземні; нові та вживані та ін.

З метою проведення повноцінного аналізу стану українського ринку автомобілів нами досліджувався цей ринок до кризи (2008 р.) та після кризи (2010-2015 рр.). У 2008 році автопарк України становив понад 9 млн одиниць. Питомий показник кількості легкових автомобілів на тисячу жителів у 2008 р. склав 160 од. В цьому році Україна посідала 7 місце у Європі із продажу нових автомобілів.

За період 2000-2008 рр. кількість щорічних реєстрацій автотранспортних засобів в Україні зросла у п'ятеро, обсяги виробництва автомобільної техніки зросли в 13 разів та склали в 2008 році 425,8 тис. од. З таким показником Україна посіла 12 місце серед країн Європи. Обсяги експорту продукції українського автовиробництва за цей період дослідження зросли у 19 разів. У ВВП український автопром у 2008 році мав частку близько 2,5% [1].

Починаючи з листопада 2008 року, в Україні відбулися негативні зміни на автомобільному ринку, пов'язані зі світовою фінансовою кризою та кризою банківської системи. У 2009 р. відбувся найбільший спад автомобільного ринку України, коли було реалізовано 182 тис. нових автомобілів, що на 72% менше порівняно з обсягом продажів 2008 р. В загальному європейському рейтингу за підсумками 2009 року Україна посіла 14 місце. За підсумками 2010 року в Україні було продано 188 тисяч автомобілів (на 3% більше ніж у 2009 р.). З таким показником Україна була 15 за обсягами продажів автомобілів серед країн Європи.

Отже, основні показники, які характеризують ринок автомобілів України, до 2009 року мали позитивну динаміку, яка потім відновилася в 2010 році і тривала до 2013 р., в якому було продано 233 тис. авто. Існує два серйозні фактори, які вказують на значний потенціал подальшого зростання вітчизняного ринку легкових автомобілів: за кількістю автомобілів на душу населення Україна суттєво поступається не лише економічно розвиненим країнам, а й країнам, що розвиваються; значний середній вік автомобіля в Україні (18,7 років) [3]. Починаючи з 2014 р., обсяги продажів впали у 2,2 рази. В 2015 р. в Україні було продано лише 52 тис. нових авто, що майже на 70% менше ніж у 2010 р. Для порівняння: обсяги продажів нових автомобілів у світі за 2010-2015 роки в загальному зросли на 20%

(табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка обсягів продажів нових автомобілів
у всіх країнах світу та Україні за 2010-2015 рр.

Показники	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Базо- вий темп росту, %
Обсяги продажів автомобілів у світі, тис. од., в т.ч.	75005	78198	82166	85642	87920	89678	120
Ланцюговий темп приросту, %	14,3	4,3	5,1	4,2	2,6	2,0	
Україна, тис. од.	188	227	260	233	106	52	28
Ланцюговий темп приросту, %	3,3	20,7	14,5	-10,4	-54,5	-50,9	

Розраховано за даними: <http://www.oica.net/category/sales-statistics/>

Отримані результати аналізу підтверджують відому тезу про те, що саме автомобільний ринок відіграє роль своєрідного економічного барометра. Проведений аналіз обсягу заощаджень населення України протягом 2010-2015 років показав різке їх зменшення у 2013 році, а в 2015 році вони зменшились практично у 2 рази, що було зумовлене загальним погіршенням економічної ситуації в країні та нестабільною політичною ситуацією. Частка заощаджень населення у його доходах скоротилася з 15 до 5%. Падіння купівельної спроможності українців в 2015 році призвело до зменшення продажів нових автомобілів на 50%.

Для автомобільного ринку особливого значення набуває визначення ціни товару. В умовах сучасного українського ринку автомобілів, який є всі підстави оцінювати як неефективний, встановлення цін відбувається нерационально. Це проявляється у завищенні вартості автомобілів при надмірному митному оподаткуванні, значних прихованих витратах виробника тощо. Так, за рахунок непрямих податків, що включені до складу ціни на нові автомобілі (мити, акцизний податок, ПДВ), тільки імпортери сплачують за рік до державного бюджету близько 6 млрд грн. Неефективна ціна на автомобілі негативно впливає на величину попиту і пропозиції, що складається на даному ринку [4].

Впродовж досліджуваного періоду значні зміни відбулися й у сфері

автомобілебудування, а також у структурі виробництва автомобілів в розрізі країн світу. За 2010-2015 рр. обсяги світового виробництва автомобілів зросли на 17% та сягнули більше 90 млн автомобілів у 2015 р. (табл. 2). Однак, існує стійка тенденція зниження темпів щорічного приросту виробництва автомобілів. Японія, будучи найбільшим виробником автомобілів у світі, фактично допустила спад обсягів виробництва (на 4%). В той же час потужно нарощують виробництво США та Китай. Ринок фактично розподілений між трьома світовими корпораціями: Toyota Company, Volkswagen Group, General Motors, обсяги виробництва яких у світі в 2014 р. склали 10,48 млн од., 9,89 млн од. та 9,61 млн од. відповідно.

В Україні максимальний приріст виробництва легкових автомобілів спостерігався в 2007 р. (42%). Виробництво легкових автомобілів у 2009 р. порівняно з 2008 р. скоротилося на 84%, а в 2010 р. спостерігався вже приріст даного показника на 15% [6]. За 2010-2015 рр. в українському автомобілебудівництві обсяги виробництва катастрофічно зменшилися (у 10 разів) і становили у 2015 р. лише 8 тис. одиниць.

Таблиця 2

Динаміка обсягів виробництва автомобілів в окремих країнах світу за 2010-2015 рр.

Показник	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Базовий темп росту, %
Обсяги виробництва авто в у світі, тис. од., в т.ч:	77583	79881	84236	87596	89776	90781	117
Ланцюговий темп приросту, %	25,6	3,2	5,5	4,0	2,5	1,1	
Китай, тис. од.,	18265	18419	19271	22117	23732	24503	134
%	32,4	0,8	4,6	14,8	7,3	3,3	
Франція, тис. од.,	2229	2243	1968	1740	1821	1970	88
%	8,9	0,6	-12,3	-11,6	4,7	8,2	
Німеччина, тис. од.,	5906	6147	5649	5718	5908	6033	102
%	13,4	4,1	-8,1	1,2	3,3	2,1	
Японія, тис. од.,	9629	8399	9943	9630	9775	9278	96
%	21,4	-12,8	18,4	-3,1	1,5	-5,1	
Південна Корея, тис. од.,	4272	4657	4562	4521	4525	4556	107
%	21,6	9,0	-2,0	-0,9	0,1	0,7	
США, тис. од.,	7743	8661	10336	11066	11661	12100	156
%	35,6	11,9	19,3	7,1	5,4	3,8	
Україна, тис. од.,	83	105	76	50	29	8	10
%	20,0	25,9	-27,1	-33,9	-43,0	-71,3	

Розраховано за даними: <http://www.oica.net/category/production-statistics/>

Імпорт легкових автомобілів на територію України в натуральних одиницях виміру до 2008 р. постійно зростав суттєвими темпами (по відношенню до попереднього року зріс на 45%). В цьому році в країну було ввезено 376 тисяч легкових автомобілів. У 2009 р. в порівнянні з 2008 р. спостерігається істотне скорочення імпорту легкових автомобілів, темп якого склав 84%. З 2010 р. відновлюється тенденція зростання імпорту даного виду продукції (на 74% порівняно з 2009 р.).

Проведений аналіз функціонування ринку автомобілів в Україні дозволяє сформулювати основні причини, що обумовили негативні тенденції розвитку цього ринку. По-перше, нормативно-законодавча база в цій сфері носить декларативний характер. Прийняті закони, Концепція розвитку автомобільної промисловості та регулювання ринку автомобілів у період до 2015 року, Стратегія розвитку автомобільної промисловості та регулювання ринку автомобілів на період до 2015 року не передбачали чітких заходів державного регулювання автомобільної галузі та механізмів їх реалізації. По-друге, значний сегмент тіньового ринку продажів вживаних автомобілів. В Україні за інформацією Всеукраїнської асоціації автомобільних імпортерів та дилерів (ВААІД) лише 50% ввезених автомобілів продається офіційними імпортерами (в Європі – 80-90%). По-третє, несприятлива дія внутрішніх факторів: низхідна динаміка темпів росту ВВП, високий рівень інфляції, зниження купівельної спроможності покупців, зменшення доступності кредитних ресурсів через високу облікову ставку НБУ тощо.

Таким чином, подальший розвиток автомобільного ринку України потребує раціоналізації, тобто проведення кардинальних змін, спрямованих на подолання негативних явищ у сфері виробництва та торгівлі автомобілями, на ефективне використання наявних у суб'єктів ринку ресурсів з метою оптимального досягнення їх інтересів. В основу раціональних трансформацій цього ринку мають бути покладені такі стратегічні пріоритети: виробництво автомобілів і захист вітчизняного виробника та стимулювання попиту на автомобільну продукцію.

Державна політика регулювання ринку автомобілів має передбачати розвиток автомобілевиробництва за рахунок інвестицій з прибутку підприємств або спрощений доступ зарубіжних виробників на український ринок, при якому на ринку залишаться тільки конкурентоспроможні виробники автомобілів. Головним напрямом державного регулювання має стати не протекціонізм, а стимулювання економічної активності і конкурентної боротьби на внутрішньому ринку. Асоціація з ЄС змушує шукати фактори конкурентоспроможності українського авторинку, щоб розвинути автомобілебудування, зокрема виробництво електротранспорту (в тому числі електромобілів) і автомобілів гібридних технологій, а також режим промислового складання автомобілів.

Відповідно до Концепції Державної цільової економічної програми розвитку легкового автомобілебудування на період до 2020 року [5] основними напрямками державного впливу на модернізацію автомобільної промисловості мають стати: розвиток високотехнологічних виробництв комплектувальних виробів, у тому числі для поставок на експорт; впровадження ресурсозберігаючих, екологічно чистих інноваційних технологій; зменшення застосування у виробництві токсичних матеріалів та перехід на безвідходні технології; підвищення надійності і довговічності продукції.

Оптимальним варіантом розвитку має стати поєднання зусиль органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, автомобілебудівних підприємств для забезпечення розвитку та конкурентоспроможності вітчизняного легкового автомобілебудування шляхом залучення світових автоконцернів до виробництва автомобілів в Україні, використовуючи мотивацію зниження виробничих витрат та доступу до ринку, що дасть змогу створити нові та завантажити наявні робочі місця не тільки на підприємствах автомобілебудівної галузі, а й суміжних галузей [5].

Другим компонентом раціоналізації розвитку автомобільного ринку має стати стимулювання попиту і задоволення потреб споживачів. Підтримка споживача може бути реалізована через такі інструменти: регулювання складових ціни на автомобілі, надання банківських кредитів на придбання авто, надання пільг при купівлі авто, спрощення митного оформлення тощо. Крім того, має запрацювати програма обміну старого автомобіля на новий, а також субсидування державою ставки по автокредитам для населення.

Висновки. Забезпечення раціонального розвитку галузевого ринку є необхідною передумовою стійкого економічного зростання та важливим соціально-економічним пріоритетом держави. Стратегічний розвиток ринку автомобілів в Україні має здійснюватися комплексно і системно на основі концепції розвитку внутрішнього ринку автомобілів. В умовах сучасних викликів така стратегія повинна визначати конкретні механізми, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності вітчизняного виробника та забезпечення інтересів суб'єктів автомобільного ринку.

1. Автомобільна статистика України (стислий огляд) за 2008 рік [Електронний ресурс] // Офіційний сайт асоціації автовиробників України. Режим доступу: URL:http://ukrautoprom.com.ua/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=27&dir=DESC&order=name&Itemid=79&limit=5&limitstart=65 – Заголовок з екрану. **2.** Ігнатюк А. І. Структура галузевих ринків України / А. І. Ігнатюк. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.stattionline.org.ua/ekonom/60/8206-struktura-galuzevix-rinkiv-ukra%D1%97ni.html> – Заголовок з екрану. **3.** Кривоконь А. Г. Стратегія та перспективи розвитку легкового автомобілебудування в Україні / А. Г. Кривоконь,

А. І. Бондаренко // Автомобільний транспорт. – 2012. – № 30. – С. 23–29. **4.** Окландер М. А. Фактори конкурентоспроможності автомобілебудівних підприємств / М. А. Окландер, І. О. Златова // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: економічні науки. Херсон, 2014. – Вип. 5, Част. 2. – С. 93–99. **5.** Про схвалення Концепції Державної цільової економічної програми розвитку легкового автомобілебудування на період до 2020 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15.01.2014 № 25-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/25-2014-%D1%80>. **6.** Чикусова М. Ю. Аналіз автомобільного ринку України / М. Ю. Чикусова // Маркетинг в Україні. – 2012. – № 1 (70). – С. 38–45.

Рецензент: к.е.н., професор Кушнір Н. Б. (НУВГП)

Kostrychenko V. M., Candidate of Economics, Associate Professor (National University of Water Management and Nature Resources Use, Rivne)

RATIONALIZATION OF THE INDUSTRY MARKET DEVELOPMENT

The functioning of the automobile market as one of the industry markets is investigated in the article. Trends of the market mechanism elements, such as demand, supply and prices in individual segments of this market are analyzed. Rational strategic priorities and directions of the automobile market development in Ukraine are substantiated.

***Keywords:* industry market, automobile market, demand, supply, price, development rationalization.**

Костриченко В. М., к.э.н., доцент (Национальный университет водного хозяйства и природопользования, г. Ровно)

РАЦИОНАЛИЗАЦИЯ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛЕВОГО РЫНКА

Исследуется функционирование одного из отраслевых рынков – рынка автомобилей. Анализируются тенденции изменения элементов рыночного механизма – спроса, предложения и цены по отдельным сегментам данного рынка. Обосновываются рациональные стратегические приоритеты и направления развития автомобильного рынка в Украине.

Ключевые слова: отраслевой рынок, рынок автомобилей, спрос, предложение, цена, рационализация развития.
