

УДК 338.1

СПЕЦИФІКА РОЗВИТКУ АВТОМОБІЛЕБУДІВНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Ю.А. Григор'єва

*Одеський національний політехнічний університет, Одеса, Україна**Григор'єва Ю.А. Стан розвитку автомобілебудівного ринку України.*

У статті порівнено показники стану розвитку автомобілебудівного ринку України, розглянуті законодавча база, діяльність основних вітчизняних виробників автомобілів, їхні обсяги продажів, темпи росту реалізації у динаміці; дана оцінка стану ринку та надані рекомендації щодо удосконалення маркетингових стратегій автомобілебудівних підприємств в умовах, що склалися. Виведення вітчизняного автопрому на новий рівень неможливі без залучення світового досвіду автомобільної промисловості. З метою збільшення споживчого попиту необхідне створення в Україні конкурентоздатного легкового автомобілебудування, залучення світового досвіду розвитку автомобільної галузі для покриття внутрішнього попиту та у майбутньому реалізації перспективи експорту, проведення маркетингові дослідження споживчої поведінки, удосконалювати маркетингові стратегії Українських автомобілебудівних підприємств.

Ключові слова: автомобілебудівний ринок, виробники автомобілів, обсяги продажів автомобілів, автомобільні бренди України, розвиток автомобільного ринку

Григор'єва Ю.А. Состояние развития автомобилестроительного рынка Украины.

В статье представлены основные тенденции развития украинского автомобильного рынка, рассмотрена законодательная база, деятельность крупнейших отечественных производителей автомобилей, их объемы продаж, темпы роста реализации и другие показатели в динамике, даны рекомендации по совершенствованию маркетинговых стратегий автомобильных предприятий в сложившихся условиях. Вывод отечественного автопрома на новый уровень невозможен без привлечения мирового опыта автомобильной промышленности. С целью увеличения потребительского спроса необходимо регулярно проводить маркетинговые исследования поведения потребителей, использовать инновационные маркетинговые инструменты для того, чтобы влиять на потребительское поведение, улучшать маркетинговые стратегии и искать новые подходы к клиенту.

Ключевые слова: автомобилестроительный рынок, производители автомобилей, объемы продаж автомобилей, автомобильные бренды Украины, развитие автомобильного рынка

Grygorieva Yu.A. Market conditions of development of the Ukrainian automotive market.

The article shows the main trends in Ukrainian automotive market, discussed the legal frameworks, the activities of the major domestic car manufacturers, their sales, growth and other indicators of implementation of these in dynamics; given the recommendations for the improvement of marketing strategies of automotive businesses in the circumstances. The output of the domestic auto industry to a new level is impossible without the involvement of international experience of the automotive industry. It is advisable to attract and increase consumer demand, to carry out market research on consumer behavior, to use innovative marketing tools to influence consumer behavior, to improve marketing strategies and to look for new approaches to the client in the circumstances.

Keywords: automotive market, car manufacturers, car sales, Ukrainian automobile brands, improvement of automotive market

Попереднє сторіччя характеризувалося інтенсивним розвитком автомобілебудівної галузі, підтвердженням чого є динаміка світового виробництва транспортних засобів. При тому, що в 1940 році було вироблено чотири мільйони автомобілів, вже через десятиріччя у 1950 році цей показник збільшився вдвічі, а у 2000 році досяг відмітки 45 млн. одиниць.

У січні попереднього року відбулося зниження рівня продажів на автомобільному ринку України до 2 500 автомобілів на місяць, що наближається до позначки кінця 90-х років. Таке істотне падіння ринку пов'язане з безліччю факторів, перший з яких – зростання цін на транспортні засоби в 3-4 рази. Зростання цін, в свою чергу, пов'язане зі зміною курсу валют, девальвацією гривні. Другим, не менш важливим фактором, стали зміни в законодавстві, такі як лібералізація ставок мит на імпорт легкових автомобілів і прийняття рішення про скасування екологічного податку та акцизу на переобладнання автомобілів. Політична ситуація в країні, хвилі мобілізації поряд з іншими перерахованими вище факторами надали вкрай негативний вплив на показники автомобільного ринку в сегменті автомобілів як українського виробництва, так і реалізації імпортованих транспортних засобів.

Сьогодні перед автомобільними підприємствами стоїть завдання – зберегти клієнта. Саме час попрацювати над розширенням структури сервісу, спектра послуг і запропонувати клієнтам нові послуги з поліпшеним набором умов, більш високою якістю обслуговування і комунікації.

Виведення вітчизняної автомобільної промисловості на якісно новий рівень неможливо без аналізу статистичної інформації щодо розвитку автомобільного ринку за попередні роки, та як результат, здійснення ефективного впливу на споживчу поведінку та не тільки прогнозування, але й впливу на покращення результатів цих прогнозів.

Доцільно для залучення і збільшення споживчого попиту проводити маркетингові дослідження динаміки змін на ринку та факторів впливу, а також споживчої поведінки, застосовувати інноваційні маркетингові інструменти впливу на поведінку споживачів, удосконалювати маркетингові стратегії і шукати нові підходи до клієнта в умовах, що склалися.

Аналіз останніх досліджень та публікацій

Наукові позиції з досліджуваної теми сформувалися на основі вивчення, аналізу та часткового переосмислення теоретичних та методологічних праць вітчизняних і зарубіжних дослідників в області вивчення автомобільного ринку України, а також в області досліджень світової автомобілебудівної галузі, проблем в області автомобілебудування України і світу, аналізу галузі автомобілебудування України. Дослідженням та аналізом автомобілебудівної галузі України присвячені наукові праці таких вчених, як О.Г. Кривоконь, О.Є. Кузьмін, М.А. Окландер, Я.Б. Олійник, М.Д. Пістун, О.Б. Стернюк, О.Г. Янковий, О.І. Яшкіна та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми

Кривоконь О.Г. вважає, що підвищення ефективності функціонування автомобільної галузі можливе за рахунок створення в Україні конкурентоздатного легкового автомобілебудування, покриття внутрішнього попиту автомобілями вітчизняного виробництва [11]. За думкою О.Г. Янкового та О.І. Яшкіної вітчизняні автомобілебудівні підприємства вкрай неефективно здійснюють інноваційну діяльність та спад обсягів виробництва у автомобілебудівній галузі країни пояснюється слабким попитом вітчизняних споживачів щодо вироблених в Україні автомобілів та низькою конкурентоспроможністю української продукції на зовнішніх ринках [3].

Тому виникає необхідність у детальному вивченні особистості споживача, розгляду показників продажів з боку кожного з брендів та виявлення закономірностей впливу на кожен сегмент цільової аудиторії окремо згідно з найбільш вагомими факторами впливу.

Проведений аналіз ступеню розробленості даної предметної області дозволив виявити коло проблем, що потребують поглибленого вивчення, зокрема, питань впливу темпів росту доходу населення на темпи росту реалізації автомобілів, аналіз обсягів реєстрації нових автомобілів в Україні відносно до обсягів продажу вітчизняних автомобілів, детальний аналіз споживчої поведінки.

Метою статті є аналіз динаміки показників автомобільного ринку, законодавчої бази, результатів діяльності основних вітчизняних виробників автомобілів за останні роки у динаміці для оцінки стану розвитку автомобілебудівного ринку України та надання рекомендацій щодо удосконалення маркетингових стратегій автомобілебудівних підприємств з метою підвищення конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу дослідження

Згідно з законом України № 535/97-ВР «Про стимулювання виробництва автомобілів в Україні», виробникам легкових автомобілів, що інвестують не менше 150 млн. доларів США, надані такі пільги:

- звільнення від сплати ввізного мита та податку на додану вартість (ПДВ) при імпорті технологічного обладнання і автокомплектуючих;
- звільнення від сплати податку на землю;
- звільнення від сплати податку тієї частини прибутку, яка реінвестується в розвиток.

Прийнятим в березні 2004 року Законом № 1624-ІУ «Про розвиток автомобільної промисловості України» право на вищезазначені пільги отримали підприємства, які мають затверджені Кабінетом Міністрів України інвестиційні програми і вже інвестували в грошовій формі не менше 150 мільйонів доларів США в виробництво легкових автомобілів.

Зазначені нормативні акти стимулювали створення в Україні автоскладальних виробництв в режимі промислового збору на базі діючих, що забезпечило триразове зростання обсягів виробництва легкових автомобілів в 1999-2008 роках з 132 тис. одиниць до 401 тис. одиниць в 2008 році.

Однак короткий термін їх дії (обидва Закони втратили силу в кінці 2008 року) і відсутність жорстких зворотних зобов'язань автовиробників щодо мінімального рівня локалізації та обсягів виробництва не дозволило створити конкурентоспроможну національну автомобільну промисловість [13].

Нажаль, сьогодні, у післякризовий період, стан українського автомобілебудівного ринку показує некрайшій результати, в лаконічній формі його можна охарактеризувати як нестабільний та непрогнозований.

У січні попереднього року відбулося зниження рівня продажів на автомобільному ринку України до 2 500 автомобілів на місяць, що наближається до позначки кінця 90-х років.

Таке істотне падіння ринку пов'язане з безліччю факторів, перший з яких - зростання цін на транспортні засоби в 3-4 рази. Зростання цін, в свою чергу, пов'язане зі зміною курсу валют, девальвацією гривні. Другим, не менш важливим фактором, стали зміни в законодавстві, такі як лібералізація ставок мит на імпорт легкових автомобілів і прийняття рішення про скасування екологічного податку та акцизу на переобладнання автомобілів. Політична ситуація в країні, хвилі мобілізації поряд з іншими перерахованими вище факторами надали вкрай негативний вплив на показники автомобільного ринку в сегменті автомобілів як українського виробництва, так і реалізації імпортованих транспортних засобів.

Український ринок легкових автомобілів охоплює чотирьох основних виробників: ПрАТ «ЗАЗ», Корпорація «Богдан», ТОВ «КрАСЗ», ПАТ «Сврокар» (рис. 1.) (отримано за даними [4, 5, 9, 10]).

Перелік марок, що виробляють автомобілебудівні підприємства України та брендів, офіційними посередниками яких являються представлений у таблиці 1.



Рис. 1. Автомобілебудівні компанії України
Джерело: Складено автором за матеріалами [4, 5, 9, 10]

Таблиця 1. Марки продукції, що випускається автомобілебудівними компаніями України

Автомобілебудівна компанія	Марки випускаючої продукції	Офіційне посередництво
ПрАТ «ЗАЗ» (Запорізький автомобілебудівний завод)	ZAZ, KIA, UZ Daewoo, Chevrolet, Chery, Chance, KIA (у 2000 році – Mercedes, Opel)	Maseratti, Chraisler, Jeep, Mercedes, Smart, Opel, Chevrolet, Cadillac, Renault, Toyota, Nissan.
«Богдан» (Черкаський автомобільний завод)	Богдан, Hyundai, Subaru, Lada, Great Wall, Lifan	Hyundai, Subaru, LADA, Great Wall, Lifan, Bogdan.
ТОВ «КрАСЗ» (Група компаній «АІС»)	Geely, Great Wall, SsangYong	Audi, Citroën, MG, Renault, Geely, SsangYong, Hyundai, Chevrolet, Cadillac, УАЗ, Chevrolet Niva.
ПАТ «Єврокар»	Skoda (у 2000 р. складались Seat, Audi).	Skoda

Джерело: Складено автором за матеріалами [4, 5, 9, 10]

Запорізький автомобілебудівний завод (ПрАТ «ЗАЗ») випускає продукцію марок ZAZ, KIA, UZ Daewoo, Chevrolet, Chery, Chance, KIA. У 2000 році займався зборкою Mercedes та Opel. ПрАТ «ЗАЗ» є також офіційним посередником таких брендів, як Maseratti, Chraisler, Jeep, Mercedes, Smart, Opel, Chevrolet, Cadillac, Renault, Toyota, Nissan.

Черкаський автомобільний завод «Богдан» випускає Богдан, Hyundai, Subaru, Lada, Great Wall, Lifan та є офіційним посередником брендів Hyundai, Subaru, LADA, Great Wall, Lifan, Bogdan.

ТОВ «КрАСЗ» чи група компаній «АІС» виробляє Geely, Great Wall, SsangYong та є офіційним посередником брендів Audi, Citroën,

MG, Renault, Geely, SsangYong, Hyundai, Chevrolet, Cadillac, УАЗ, Chevrolet Niva.

ПАТ «Єврокар» є виробником Skoda, у 2000 р. зібрав Seat та Audi [3].

За даними 2008 р. потужності національних виробників дозволили виробити 402 тис. автомобілів.

У 2009 р. цей показник знизився на 84% внаслідок світової фінансової кризи та відсутності банківського кредитування в Україні [2].

До 2008 р. підприємства українського автомобілебудування – такі, як КрАЗ, АвтоЗАЗ, Богдан, Єврокар, демонстрували стійку тенденцію росту показників виробництва продукції, а у 2008 році темп росту знизився (таблиця 2).

Таблиця 2. Динаміка обсягів виробництва продукції автомобілебудівних підприємств України у 2005-2008 рр.

Рік	2005	2006	2007	2008
Обсяг виробництва, тис. од.	200000	250000	400000	420000

Джерело: Складено автором за матеріалами [1]

Зростання темпів росту автомобілебудівних підприємств та реалізації її продукції були обумовлені збільшенням попиту, викликаного зростанням доходів населення та підвищенням купівельної спроможності українців. У таблиці 3 представлені дані, що демонструють рівень

доходів населення України з 2005 по 2008 р. у порівнянні з даними щодо обсягів реалізації продукції автомобілебудівних підприємств в Україні протягом цього ж періоду (у порівнянні з показником 2005 р.).

Таблиця 3. Динаміка темпів росту рівня доходів населення України та росту реалізації продукції автомобілебудівних підприємств у 2005-2008 рр.

Рік	2005	2006	2007	2008
Темпи росту доходів населення у розрахунку на одну особу, %	100	120	155	215
Темпи росту реалізації автомобілів в Україні, %	100	140	210	250

Джерело: Складено автором за матеріалами [1, 2]

Як показує динаміка, темпи росту реалізації автомобілів на вітчизняному ринку протягом 2005-2008 років зростали разом з темпами росту доходів населення, крім того вони значно перевищували темпи росту доходів населення. Це пов'язано із значною долею продажів автомобілів у кредит, які активно стимулювалися з боку автомобілебудівних підприємств, реалізаторів, банків та страхових компаній у цей період часу [8].

На внутрішньому ринку України в 2014 році було продано 27,6 тис. нових легкових автомобілів, вироблених або зібраних в Україні, що склало всього 28% від всіх продажів в цьому сегменті. За останній місяць 2014 року в Україні продано 7,629 тис. Авто – на 12% більше, ніж в листопаді, але на 55% менше, ніж в грудні 2013 р.

У 2014 році імпорт легкових автомобілів в Україну з Японії склав 11 751 авто на \$ 301 млн., з Німеччини автовиробники поставили 6 165 машин на суму \$ 188 млн., а з Китаю – 5 507 автомобілів на суму \$ 18,2 млн. У п'ятірку країн-лідерів з поставок легкових авто також увійшли США і

Росія з результатами 4 184 та 4 072 шт. відповідно. Основна маса імпорту легкових авто припала на нові автомобілі, частка яких склала 93%.

У загальному імпорті за 2014 рік частка комерційних автомобілів склала 827 000 авто, що в процентному співвідношенні складає 56%. В даному сегменті показник знизився на 34%. Сумарний показник імпорту з Німеччини, Франції та Італії склав 80%, що в грошовому вираженні складає понад 265 млн у.о. Частка нових автомобілів в сегменті комерційних авто обернено пропорційна даним показником по легковим транспортним засобам і становить всього 8% від загальної кількості комерційних автомобілів, імпортованих в 2014 році в Україну [1].

Щомісячні продажі нових іномарок на авторынку України у 2014 та 2015 рр. зображені на рис. 2.

Загальні підсумки реєстрації нових автомобілів в Україні в січні-листопаді 2015 року та співвідношення реєстрацій іномарок та вітчизняних автівок зображені на рис. 3.

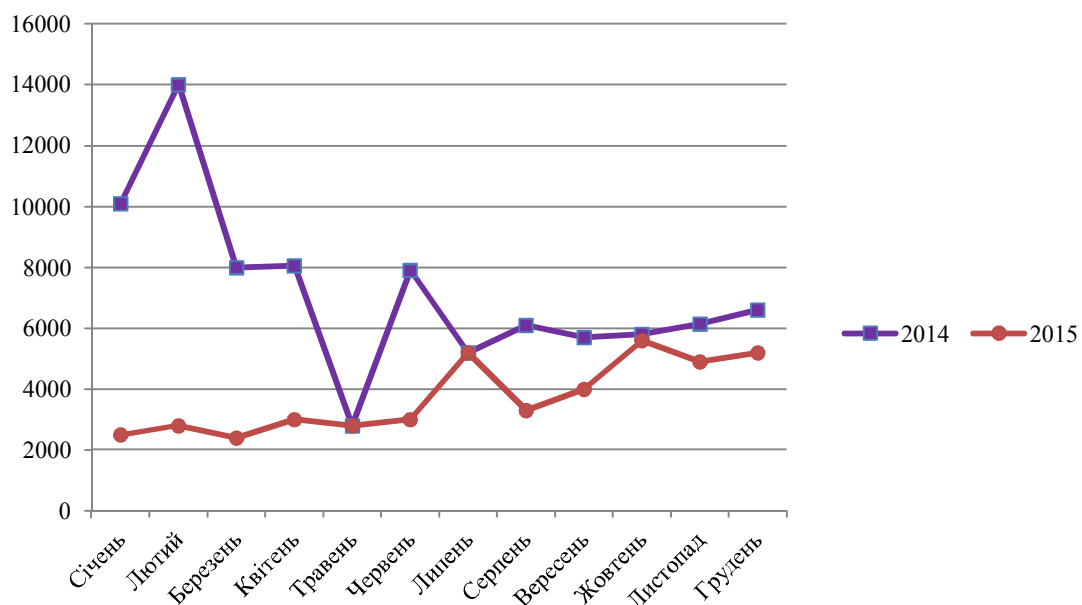


Рис. 2. Щомісячні продажі нових іномарок на авторынку України

Джерело: Складено автором за матеріалами [2]

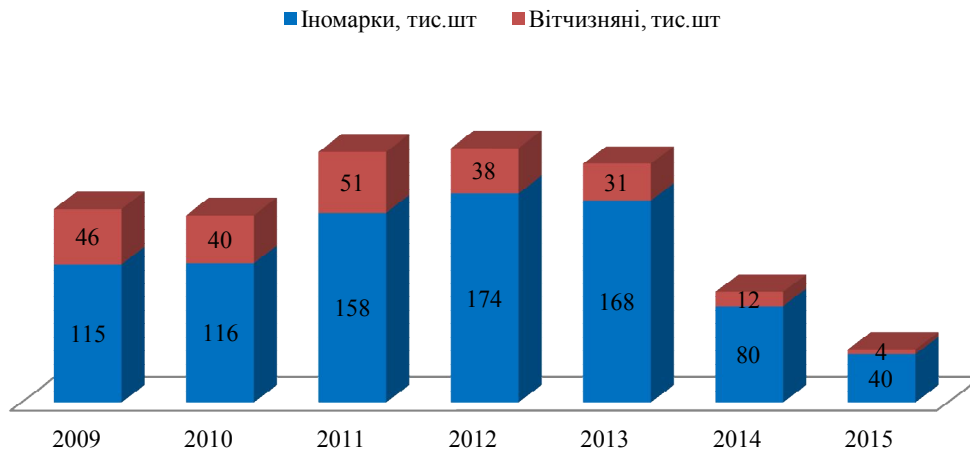


Рис. 3. Обсяги реєстрації нових автомобілів в Україні у 2009-2015 рр.

Джерело: Складено автором за матеріалами [2]

Вцілому по ринку падіння становить – 52% відносно аналогічного періоду минулого року. При цьому по іномаркам падіння склало 50% від рівня продажів 2014 р., а продажі вітчизняних

марок скоротилися на 64% (в три рази). Але тенденція покращується, а динаміка – згладжується, що помітно на поквартальному графіку, зображеному на рис. 4.

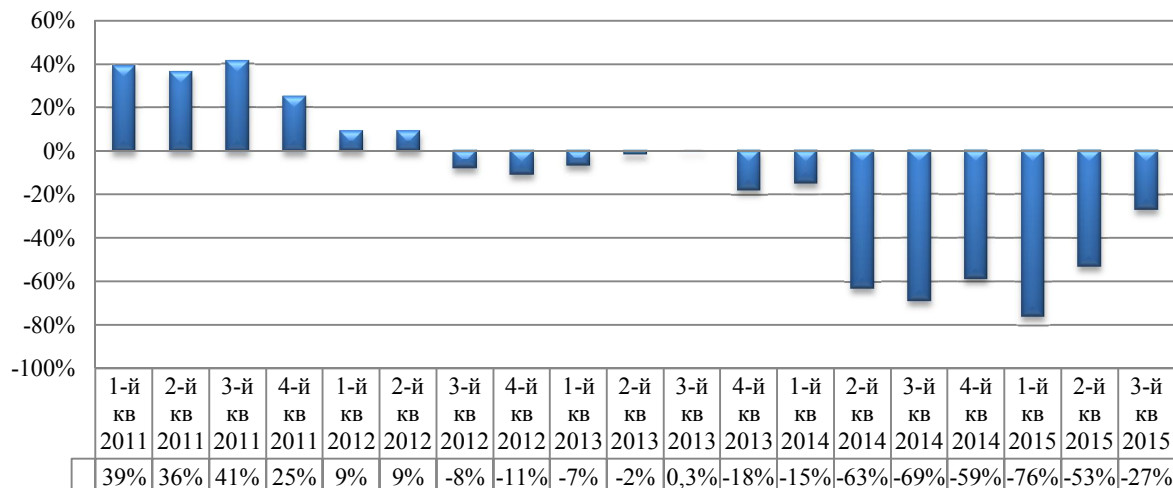


Рис. 4. Темпи приросту обсягів продажів нових автомобілів в Україні по відносно відповідного періоду попереднього року

Джерело: Складено автором за матеріалами [1, 2]

За 2014-2015 роки 25% з 750 автосалонів, що функціонують на ринку України, припинило своє існування. Показник нинішнього року очікується значно нижчий [1].

За прогнозами експертів в 2016 року українці куплять 60000-65000 нових автомобілів, а офіційні поставки деяких брендів в Україні можуть припинитися [3].

Більшою мірою вищесказане стосується автосалонів, орієнтованих на збут автомобілів з відсутністю власного сервісного центру. У ситуації, що склалася, автомобільним компаніям для того, щоб вижити, потрібно переносити акцент з продажів на сервіс.

На сьогоднішній день тенденція зниження попиту на автомобілебудівному ринку і, як наслідок, скорочення виробництва автомобілів досі триває. Дуже низькі показники були зафіксовано з 2013 р., незважаючи на державні заходи щодо захисту вітчизняного виробника.

За даними асоціації автовиробників України у березні 2016 року в Україні було вироблено 305 автомобілів вітчизняними виробниками, з яких 252 автомобіля виробив ПрАТ «EUROPCAR», 46 – ПАТ «АВТОКРАЗ» Кременчуцький автомобільний завод, 5 – Корпорація «Богдан» та всього 2 одиниці – Запорізький автомобільний завод ЗАТ «ЗАЗ». Показники критично малі, але

майже вдвічі перевищують аналогічні показники лютого того ж року, які складають: 147 одиниць – ПрАТ «EUROPCAR», 30 – Кременчуцький автомобільний завод ПАТ «АВТОКрАЗ», всього 2 автомобілі, як і у березні виробив Запорізький автомобільний завод ЗАТ «ЗАЗ», Корпорація «Богдан» у лютому не виробляла автомобілі

зовсім. Динаміку зображено в таблиці 4. Автомобілебудування в Україні у лютому-березні 2016 р.





У таблиці 5 зображена динаміка реєстрацій нових автомобілів в Україні у 2016 році в порівнянні з 2015 роком.

Таблиця 4. Автомобілебудування в Україні у лютому-березні 2016 р.

№ за/п	Виробник	Кількість одиниць	
		Лютий 2016	Березень 2016
1	 ЗАТ «ЗАЗ» Запорізький автомобільний завод	2	2
3	 ПАТ «АВТОКрАЗ» Кременчуцький автомобільний завод	30	46
3	 Корпорація «Богдан»	0	5
4	 ПрАТ «EUROPCAR»	147	252
ВСЬОГО		179	305

Джерело: Складено автором за матеріалами [1, 4, 5, 10, 11]

Таблиця 5. Реєстрація нових автомобілів в Україні у порівнянні з попереднім роком

№ за/п	Марка авто	Березень 2015	Лютий 2016	Березень 2016
1	 TOYOTA	175	354	592
2	 RENAULT	173	429	512
3	 VOLKSWAGEN	151	189	277
4	 BMW	106	209	273
5	 FORD	68	145	264
6	 KIA	118	221	250
7	 NISSAN	102	299	248
8	 HYUNDAI	114	232	231
9	 SKODA	140	233	230
10	 BAZ	83	250	224

Джерело: Складено автором за матеріалами [1]

За даними асоціації автовиробників України вцілому кількість нових реєстрацій автомобілів, незважаючи на зниження виробництва автомобілів в Україні, зростає у березні 2016 в порівнянні з лютим і дуже значне зростання спостерігається у порівнянні з березнем попереднього року. Серед

автомобілів, зареєстрованих в Україні за останні роки, у десятку попали бренди Toyota, Renault, Volkswagen, BMW, Ford, Kia, Nissan, Hyundai, Skoda та ВАЗ. У таблиці 6 зображено рейтинг продажів нових автомобілів 20 брендів (включаючи вітчизняні) в Україні.

Таблиця 6. Рейтинг продажів нових автомобілів в Україні

№	Марка/бренд	Обсяг продажів 2014 р., од.	Обсяг продажів 2015 р., од.	Збільшення/ зменшення обсягу продажів у 2015 р. у порівнянні з 2014 р., %
1	Toyota	8842	4276	-51,6
2	Renault	5054	4205	-16,8
3	ВАЗ	7349	2822	-61,6
4	Ford	4299	2569	-40,2
5	Hyundai	5073	2482	-51,1
6	Volkswagen	5620	2446	-56,5
7	Nissan	4041	2364	-41,5
8	Mazda	1959	1985	+1,3
9	Kia	3308	1877	-43,3
10	Skoda	4831	1854	-61,6
11	BMW	1146	1577	+37,6
12	Geely	8469	1509	-82,2
13	Mercedes	1610	1239	-23
14	Suzuki	1122	1061	-5,4
15	Chevrolet	1314	1054	-19,8
16	Fiat	1566	1011	-35,4
17	Peugeot	3116	994	-68,1
18	Лада	2296	838	-63,5
19	Audi	1439	768	-46,6
20	Citroen	1557	701	-55

Джерело: Складено автором за матеріалами [1]

До першої десятки потрапили бренди Toyota, Renault, ZAZ, Ford, Hyundai, Volkswagen, Nissan, Mazda

Лише BMW вдалося збільшити продажі у порівнянні з попереднім роком, при цьому зростання продажів досягло відмітки 37,6%, що є дуже добрим результатом. Цей показник свідчить про те, що економічні та політичні нестабільності у країні, коливання курсу у.о. та інші зовнішні фактори не сприяють на цільову аудиторію цього

бренду. Також компанії Mazda вдалося наздогнати та трохи перевищити результати 2014 року у 2015-му, на 1,3%. Найбільшого зниження рівню продажів у порівнянні з 2014 роком зазнали іноземні бренди Geely (-82,2%), Peugeot (-68,1%), Volkswagen (-56,5%), Лада (-68,1%) та вітчизняний: ВАЗ (-61%).

Динаміку продажів вищезазначених марок у 2015 р. відносно 2014р. наглядно представлено на рис. 5.

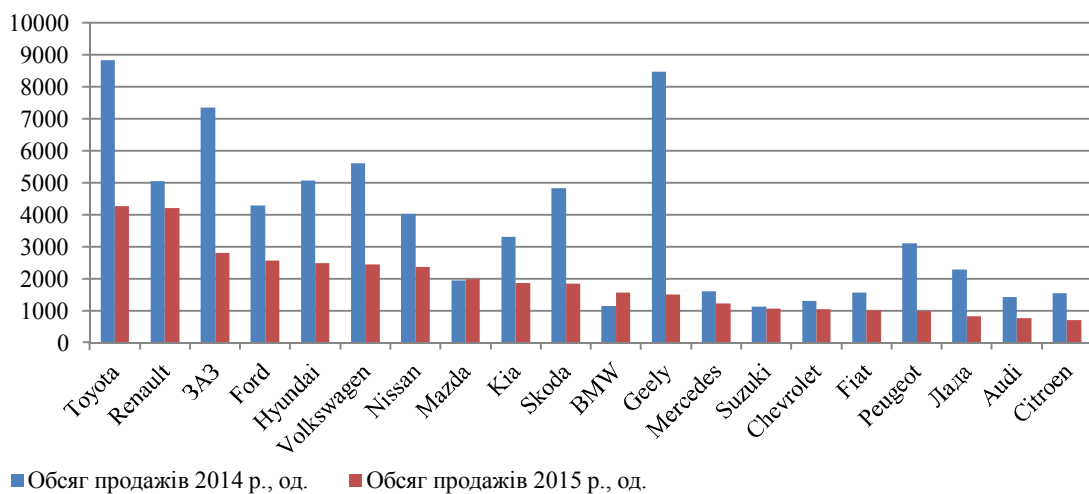


Рис. 5. Зміна обсягів продажів у 2015 р. у порівнянні з 2014 р. в Україні за марками
Джерело: Складено автором за матеріалами [1]

Skoda та Volkswagen все більш відстають від ринку через надмірно консервативне планування імпортера.

Сегмент преміальних марок в Україні у 2015 року знизився на 25%, тобто краще за ринок в середньому в два рази.

Лідерами сегменту є Асуга (преміям бренд компанії Honda) та залишається BMW. Зростання продажів у Асуга пов'язаний з випуском новинки та зниженням маржі для дилерів з боку імпортера, ці кроки були дуже доцільні та грамотно

сплановані. Незважаючи на те, що ціновий фактор не є визначним для продажів преміум класу, новітні розробки за цінами автомобілів попереднього року не залишили байдужими прихильників цього сегменту. Щодо інших преміум-марок, динаміка продажів ненабагато краще за динаміку ринку автомобілів вцілому.

Динаміку продажів преміум-марок у 2015 р. відносно 2014 р. наглядно представлено на таблиці 7.

Таблиця 7. Рейтинг продажів автомобілів преміум в Україні

№	Марка преміум	Обсяг продажів 2015, од.	Обсяг продажів 2014, од.	Збільшення/зменшення продажів, %
1	BMW	1577	1146	+38
2	Mercedes	972	1504	-35
3	Audi	768	1439	-47
4	Land Rover	519	888	-42
5	Lexus	398	694	-43
6	Volvo	303	331	-8
7	Porsche	206	324	-36
8	Infiniti	177	337	-47
9	Acura	108	51	+112
10	Jaguar	39	43	-9
11	Інші	77	79	-3
Преміум сегмент вцілому		5144	6836	-25

Джерело: Складено автором за матеріалами [1]

Обсяги виробництва у автомобілебудівній галузі України з кожним роком зменшуються. Економічні коливання не відображаються лише на автомобілях преміум класу, які, на жаль вітчизняні виробники не можуть запропонувати клієнтам. Україна – країна з величезним потенціалом, сьогодні, на жаль, неспроможна конкурувати на міжнародному рівні в галузі автомобілебудування.

Висновки

У сьогоднішніх реаліях підвищення ефективності функціонування автомобільної галузі можливе за рахунок створення в Україні конкурентоздатного легкового автомобілебудування, розширення асортименту, розробка та введення концепції нових високоякісних вітчизняних

преміум автівок, залучення світового досвіду розвитку автомобільної галузі, в тому числі екомобілів для покриття внутрішнього попиту та у майбутньому реалізації перспективи експорту.

Також важливо для залучення і збільшення споживчого попиту проводити маркетингові дослідження споживчої поведінки, застосовувати інноваційні маркетингові інструменти впливу на поведінку споживачів, удосконалювати маркетингові стратегії Українських автомобілебудівних підприємств.

Ці заходи сприятимуть зростанню рівня автомобілебудівництва України та обсягів виробництва даної галузі.

Abstract

Last century was characterized by intensive development of automobile industry, as evidenced by the dynamics of the global production of vehicles.

Research and analysis of automobile industry in Ukraine dedicated to scientific work of scientists: O.G. Kryvokon, E.E. Kuzmin, M.A. Oklander, Ya.B. Oliynyk, M.D. Pistun, O.B. Sterniuk, O.G. Yankovyi, A.I. Yashkina and others.

Kryvokon A.G. believes that increasing the efficiency of the car industry possible by the establishment in Ukraine competitive passenger car industry, covering domestic demand cars of domestic production [11]. According to the opinion of A.G. Yankov and A.I. Yashkina domestic automobile enterprises are extremely inefficient exercise innovation and decline in production in the automobile industry in the country is explained by weak demand on domestic consumers in Ukraine produced cars and low competitiveness of Ukrainian products on foreign markets [3]. Purpose: to analyze the dynamics car market factors impact on these figures, the definition of consumer behavior separately by Brand car classes to increase competitiveness and maximize profits of automotive companies.

Today, the automotive companies face the challenge - to keep customers. It's time to work on expanding the service structure, range of services and offer customers new services with improved set of conditions, higher quality of service and communication.

The output of the domestic auto industry to a new level is impossible without the involvement of international experience of the automotive industry.

It is advisable to attract and increase consumer demand, to carry out market research on consumer behavior, to use innovative marketing tools to influence consumer behavior, to improve marketing strategies and to look for new approaches to the client in the circumstances.

JEL Classification: M31.

Список літератури:

1. Ассоциация автопроизводителей Украины «Укравтопром» [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://ukrautoprom.com.ua>.
2. Государственная служба статистики Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Маркетингове дослідження ринків збуту автомобілебудівних підприємств України [Електронний ресурс] / О.Г. Янковий, О.І. Яшкіна // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 5 (15). – С. 70-75. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n5.html>.
4. Офіційний сайт ЗАТ «Запорізький автомобілебудівний завод» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zaz.ua>.
5. Офіційний сайт корпорації «Богдан» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bogdan.ua>.
6. Кишун В.А. Виробництво легкових автомобілів: світові та вітчизняні тенденції / В.А. Кишун // Луцький національний технічний університет: зб. наук. пр. – 2003. – № 13. – С. 137-145.
7. Стернюк О.Б. Особливості асортиментної політики автомобілебудівного підприємства в умовах кризи – 2009 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ena.lp.edu.ua:8080/xmlui/bitstream/handle/ntb/2506/58.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
8. Проблемы украинского автомобилестроения в контексте вступления Украины в ВТО / И.Л. Ямпольская // Теория и практика управления. – 2003. – № 3.
9. Офіційний сайт ПрАТ «ЄвроКар» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eurocar.com.ua>.
10. Офіційний сайт ТОВ «ВО «КрАСЗ» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://krasz.com.ua>.
11. Сучасний стан та характеристика автомобілебудування як галузі промислового виробництва країни, Кривоконь О.Г. «Автомобіле- та тракторобудування». Вісник НТУ «ХП».
12. Modeling of auto companies' innovations diffusion [Електронний ресурс] / Yashkina O.I. // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 1 (11). – С. 147-154. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n1.html>.
13. Украинский и мировой опыт развития автомобильной промышленности [Електронний ресурс] / Кривоконь О.Г. // – TransportInform.com – июнь 15, Режим доступа: <http://transportinform.com/avtomobili/281-avtoprom.html>.

References:

1. Assotsiatsiya avtoproizvoditeley Ukrainy «Ukravtoprom» [«Ukravtoprom» Association of Ukrainian Motor Vehicle Manufacturers]. (2016). Retrieved from <http://ukrautoprom.com.ua>.
2. Gosudarstvennaya sluzhba statistiki Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine] (2016). Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua>.
3. Yankovyy, O.H., and Yashkina, O.I. (2014). Marketynhove doslidzhennya rynkiv zbutu avtomobilebudivnykh pidpryemstv Ukrayiny [Market research markets automotive companies Ukraine]. Economics: time realities. Scientific journal. 5 (15), 70-75. Retrieved from <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n5.html>.
4. Ofitsynyy sayt ZAT «Zaporizkyu avtomobilebudivnyy zavod» [Official site CJSC «Zaporizhia Automobile Building Plant»]. (2016). Retrieved from <http://www.zaz.ua>.
5. Ofitsynyy sayt korporatsiyi «Bohdan» [Official site of the corporation «Bogdan»]. (2016). Retrieved from <http://www.bogdan.ua>.

6. Kyshchun, V.A. (2003). Vyrobnystvo lehkovykh avtomobiliv: svitovi ta vitchyznyani tendentsiyi [Production of passenger cars: global and national trends]. Luts'kyi natsionalnyi tekhnichnyi universytet, 13, 137-145.
7. Sterniuk, O.B. (2009). Osoblyvosti asortymentnoi polityky avtomobilebudivnoho pidpriyemstva v umovakh kryzy [Features product policy automotive company in crisis]. Retrieved from <http://ena.lp.edu.ua:8080/xmlui/bitstream/handle/ntb/2506/58.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
8. Yampolskaya, I.L. (2003). Problemy ukrainskogo avtomobilestroyeniya v kontekste vstupleniya Ukrainy v VTO [Ukrainian automotive problems in the context of Ukraine's WTO accession]. Teoriya i praktika upravleniya, 3.
9. Ofitsiynyy sayt PrAT «YevroKar» [Official site of JSC «Eurocar»]. (2016). Retrieved from <http://www.eurocar.com.ua>.
10. Ofitsiynyy sayt TOV «VO «KrASZ» [The official website of «PA «KrASZ»]. (2016). Retrieved from <http://krasz.com.ua>.
11. Kryvokon, O.H. (2015). Suchasnyy stan ta kharakterystyka avtomobilebuduvannya yak haluzi promyslovoho vyrobnystva krayiny [Current status and characteristics of the automotive industry as the country's industrial production]. «Avtomobile- ta traktorobuduvannya». Visnyk NTU «KHPI».
12. Yashkina, O.I. (2014). Modeling of auto companies' innovations diffusion. Economics: time realities. Scientific journal. 1 (11), 147-154. Retrieved from <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n1.html>.
13. Krivokon, O.G. (2015). Ukrainskiy i mirovoy opyt razvitiya avtomobilnoy promyshlennosti [Ukrainian and international experience of the automotive industry]. TransportInform.com. Retrieved from <http://transportinform.com/avtomobili/281-avtoprom.html>.

Надано до редакційної колегії 17.04.2016

Григор'єва Юлія Андріївна / Yuliia A. Grigorieva
yael@yandex.ru

Посилання на статтю / Reference a Journal Article:

Стан розвитку автомобілебудівного ринку України [Електронний ресурс] / Ю. А. Григор'єва // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2016. – № 3 (25). – С. 124-133. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2016/n3.html>