

**Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Кафедра маркетингу та УІД
Сумський регіональний центр
інтелектуального розвитку
Українська асоціація маркетингу
Всеукраїнська спілка вчених-економістів**

**Збірник тез доповідей
X Міжнародної
науково-практичної конференції**

**«МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ
І ІННОВАЦІЇ У МАРКЕТИНГУ»**

29 вересня – 1 жовтня 2016 року

Суми 2016

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АВТОМОБІЛЬНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

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.

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 році українці куплять 60 000-65 000 нових автомобілів, а офіційні поставки деяких брендів в Україні можуть припинитися [3, с. 71].

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.

За даними асоціації автовиробників України в цілому кількість нових реєстрацій автомобілів, незважаючи на зниження виробництва автомобілів в Україні, зростає у березні 2016 в порівнянні з лютим попереднього року. Серед автомобілів, зареєстрованих в Україні за останні роки, у десятку попали Toyota, Renault, Volkswagen, BMW, Ford, Kia, Nissan, Hyundai, Skoda та ВАЗ.

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: ЗАЗ (- 61%).

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 клієнтові. Україна – країна з величезним потенціалом, сьогодні, на жаль, неспроможна конкурувати на міжнародному рівні в галузі автомобілебудування. У сьогоднішніх реаліях підвищення ефективності функціонування автомобільної галузі можливе за рахунок створення в Україні конкурентоздатного легкового автомобілебудування, розширення асортименту 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.

1. Асоциация автопроизводителей Украины «Укравтопром» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrautoprom.com.ua>.

2. Государственная служба статистики Украины [Електронний ресурс]. – Режим доступу: 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.: economics.opu.ua/files/archive/2014/n5.html.