

Міністерство освіти і науки України  
Тернопільський національний економічний університет  
Кафедра економічної теорії

Міждисциплінарна курсова робота

з

економічної теорії

на тему:

«Ринок легкових автомобілів в Україні та світі: тип, структура, сучасний стан та перспективи розвитку»

Студента 2 курсу, групи ФБС-22

Оленича О.А.

Науковий керівник:

Ст.викладач,к.е.н.,

Сліпченко Т.О.

Національна шкала: \_\_\_\_\_

Кількість балів: \_\_\_\_\_

Оцінка ECTS: \_\_\_\_\_

Тернопіль-2017 р.

## План

Вступ

Розділ 1. Ринок легкових автомобілів в світі: тип, структура, сучасний стан

Розділ 2. Аналіз сучасного стану вітчизняного ринку автомобілів: проблеми розвитку

Розділ 3. Тенденції та перспективи розвитку ринку легкових автомобілів в Україні та світі в після кризовий період

Висновки

Список використаної літератури

## Зміст

Вступ.....	4
Розділ 1. Ринок легкових автомобілів в світі: тип, структура, сучасний стан.....	6
Розділ 2. Аналіз сучасного стану вітчизняного ринку автомобілів: проблеми розвитку.....	10
Розділ 3. Тенденції та перспективи розвитку ринку легкових автомобілів в Україні та світі в після кризовий період.....	14
Висновки.....	18
Список використаної літератури.....	19

## Вступ

Сучасний стан розвитку вітчизняної та світової економіки характеризується вагомими відмінностями. Розвиток економіки завжди був тісно взаємопов'язаний із різними ринками товарних послуг, до яких можна віднести ринок легкових автомобілів. Цей ринок є одним із найбільш глобальних і таких, що швидко розвивається, характеризується надмірно великою і жорсткою конкуренцією. З кожним роком ринок легкових автомобілів значно зростає, збільшується кількість країн, що організовують власне виробництво легкових автомобілів, формуються різні міжнародні автомобільні альянси, а все тому, що ринок легкових автомобілів завжди був, є і буде одним із найбільш перспективних і прибуткових, як для суб'єктів які беруть участь в різних економічних процесах на цьому ринку, так і для держави. Саме тому першочерговими питаннями у цій сфері є створення сприятливих умов (законодавчих, політичних, інвестиційних тощо) для зростання обсягів виробництва та реалізації виготовлених автомобілів, недопущення ухилення від оподаткування при продажі чи купівлі, та реалізації легкових автомобілів, здійснення ефективного державного регулювання ринком легкових автомобілів, забезпечення реалізації економічних інтересів підприємств і держави загалом.

Порівняно із ринком легкових автомобілів у світі, вітчизняний ринок легкових автомобілів суттєво відстає в розвитку, тому ця тема є актуальною для вивчення. Проблеми розвитку ринку автомобілів вивчає ряд вітчизняних учених: Юринець О.В., Марущак О.Я., Мороз Л.А., Пашко О.В., Бережнюк І.Г., Яременко С.С., Савич О.П. та багато інших. Огляд наукових праць показав, що значне коло питань, які стосуються функціонування та регулювання ринку легкових автомобілів висвітлено фрагментарно, та потребують подальших досліджень.

**Мета дослідження.** Метою курсової роботи є дослідження сучасного стану, структури та типу ринку легкових автомобілів в Україні та світі, визначення головних проблеми розвитку вітчизняного ринку легкових автомобілів, обґрунтування його перспектив розвитку та подання ідей для вирішення головних проблем і розвитку ринку легкових автомобілів в Україні та світі.

**Завдання які потребують вирішення в розділах курсової роботи:**

- здійснити аналіз ринку легкових автомобілів в світі;
- проаналізувати сучасний стан ринку легкових автомобілів в Україні та визначити його головні проблеми;
- визначити перспективи розвитку та шляхи вдосконалення вітчизняного та світового ринку легкових автомобілів;

**Об'єктом дослідження** є ринок легкових автомобілів в Україні та світі.

**Предметом дослідження** є сукупність інструментів державного регулювання ринку легкових автомобілів в Україні та світі загалом.

**Методи дослідження.** Для вирішення поставлених завдань у процесі дослідження було використано такі методи: теоретичного аналізу – для з'ясування закономірностей розвитку ринку легкових автомобілів; аналізу та синтезу – для виявлення тенденцій розвитку національного та світового ринку легкових автомобілів; статистичні методи – для оцінки сучасного стану державного та світового стану регулювання ринку легкових автомобілів; графічний метод – для відображення взаємозв'язку взаємозалежності окремих величин.

## **Розділ 1. Ринок легкових автомобілів у світі: тип, структура, сучасний стан.**

Автомобільний ринок являється основною частиною глобальної економіки. Так в світі виробляється майже 82 мільйона штук легкових автомобілів (разом із легковими комерційними автомобілями) на суму майже 2 трильйонів доларів США, а з суміжними галузями це майже 5% ВВП світу. Автомобільна промисловість – унікальна галузь світової економіки, яка показує фактично постійне зростання та стимулює розвиток економіки. Так, глобальний автомобільний ринок показує 30% зростання за останні 10 років. Якби автомобільна промисловість була би окремою країною, то це була б країна з шостою за силою економікою світу. Світова автомобільна галузь, як основа світового господарства, потребує забезпечення трудовими ресурсами, в автомобільній промисловості безпосередньо працюють 9 мільйонів чоловік. Це більше, ніж 5% від всього зайнятого населення в світовій промисловості. Підраховано, що кожне робоче місце в автомобільній промисловості підтримує та стимулює надання роботи 5 іншим працівникам в суміжних промисловостях, а це 50 мільйонів зайнятого населення яке працює в автомобільній та суміжних індустріях. Автомобілі виробляються з суміжних товарів інших промисловостей, таких як: метал, сталь, скло, текстиль, каучук та багато інших товарів [1,с 144.].

Протягом багаторічної роботи на ринку легкових автомобілів, а також дослідницької роботи, було помічено, що автомобільний ринок, так як він являється значною частиною світової економіки, впливає на зростання та падіння світової економіки. Цей ринок, історично, в основному постійно зростаючий, так як моторизація населення є постійно зростаючим фактором. Моторизація – це кількість автомобілів на 1000 чоловік населення, а так як відбувається поступове збільшення доходів населення, зменшення ціни автомобіля в перерахунку на середній дохід жителів, культури володіння автомобілем, розвиток технологій, доступність до володіння автомобілем в низько розвинених країнах Африки, Азії та низький рівень моторизації великих країн (Китай, Індія, Росія, Бразилія) з тенденцією зростання, то в далекій перспективі – це ринок постійно зростаючий

на роки 30 вперед, як мінімум. Історична статистика моторизації представлена в таблиці 1.1. [4].

Таблиця 1.1.

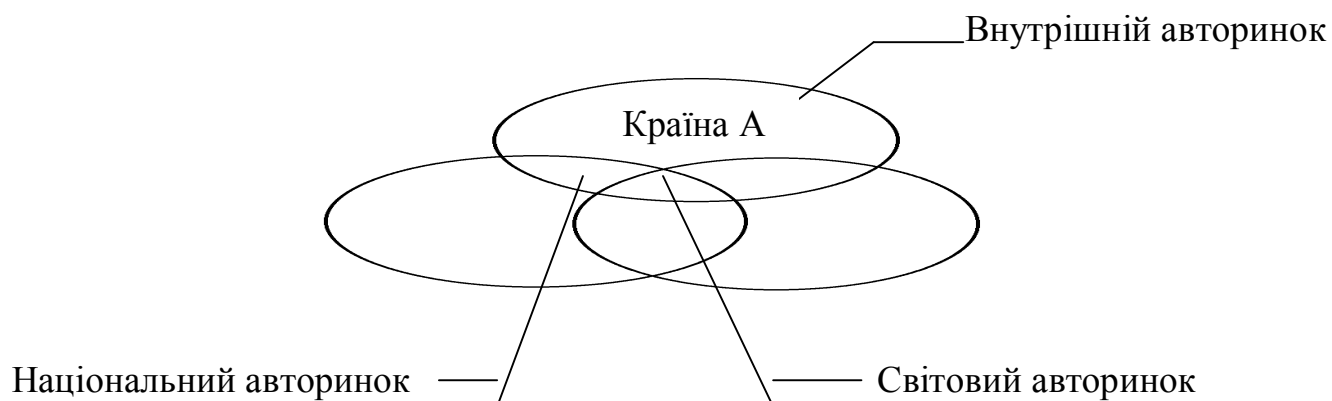
**Моторизація населення за 2005-2013 р.**

Рік	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Моторизація населення, авто на 1000 жителів	138	142	145	148	151	154	159	164	170

Моторизація населення постійно зростає, і буде далі зростати, так як середньому показнику моторизації до показників розвинених економік ще далеко, тобто 170 автомобілів на 1000 чоловік – це середній показник, а показник США – 791 автомобіль на 1000 чоловік. Але автомобіль – не є продуктом першої необхідності і при настанні кризових явищ, споживання даного продукту падає [1, с 145].

Первісним елементом світового ринку автомобілів є внутрішній ринок, у межах якого забезпечується організація виробництва транспортних засобів, а також вільний рух трудового потенціалу та капіталу. Національний ринок поєднує внутрішню та зовнішню торгівлю цієї країни. Отож, світовий автомобільний ринок – це сукупність національних авторинків (транснаціональних корпорацій), поєднаних між собою всесвітніми господарськими зв'язками на підставі міжнародного поділу праці, спеціалізації, кооперування, інтеграції виробництва і збуту (рис. 1.1) [5, с 341]. Варто зазначити, що на даний момент світовий ринок автомобілів складається із трьох чітко сформованих районів концентрації: ринок Північної Світовий авторинки Національний авторинки Країна С Країна А Країна В Внутрішній авторинки 8 Америки (США, Канада), Європейська зона (країни ЄС) та Азія, яка представлена такими країнами, як Китай, Індія, Японія та Південна Корея.

Рисунок 1.1



Протягом усієї історії становлення автомобільної галузі було дуже багато спадів та підйомів у розвитку як технологічних аспектів побудови самого автомобіля, так і кількісного накопичування транспортного парку. Рішучим фактором був і залишається сьогодні економічний стан країн та світової економіки у цілому. Порівнявши хронологію світових економічних криз і темпів випуску автомобілів можна побачити досить чіткий взаємозв'язок. Основні світові масштабні фінансові кризи відбувалися у 1997 році (азіатська криза), у 2001 році (аргентинська криза) та у 2008-2009 рр. (світова фінансова криза). Спади світового виробництва автомобілів спостерігалися саме у ці періоди [2,с 78].

Зміни у світовому автомобілебудуванні активно відбувалися й щодо країн-лідерів з виробництва автотранспорту. Якщо наприкінці ХХ ст. великі американські концерни складали трійку лідерів (GeneralMotors, Ford, Chrysler) то на початку ХХІ ст. їх позиції на світовому ринку вперше були потіснені японськими автомобільними підприємствами, представленими компаніями Toyota, Nissan, Honda, Mitsubishi. Також активно почали розвиватися і європейські автовиробники, серед яких основними світовими конкурентами стали концерни VolkswagenGroup, Daimler, BMW, Renault, PSAPeugeotCitroen, FIAT. Остання фінансова криза внесла свої корективи у розподіл ринку виробництва автотранспортних засобів. Так, безперечними лідерами на сьогодні залишаються концерни GeneralMotors (США), Toyota (Японія), VolkswagenGroup (Німеччина),



однак спостерігається тенденція зростання активності компаній Південної Кореї та інших азіатських країн. Найпопулярніші марки автомобілів за 2016 рік показані на рис. 1.1. [3,с 1.].

Рис. 1.1.



## **Розділ 2. Аналіз сучасного стану вітчизняного ринку легкових автомобілів: проблеми розвитку.**

Стрибок продажів у 2007 р., який тривав ще до середини 2008 р., автомобільні виробники та посередники на ринку оцінювали як процес довготривалої перспективи, проте жоден із суб'єктів ринку не міг передбачити майбутнього різкого спаду у продажах. Бізнес-плани компанії виявились неправдивими, а фінансові результати діяльності з прибуткових перейшли у збиткові через падіння платоспроможності споживачів. Маркетингова комунікаційна політика більшості іноземних автовиробників полягала у позиціонуванні економічно стабільних корпорацій, що не завжди відповідало реальному стану виробничих потужностей або фінансових спроможностей. Кризі передували процеси злиття та поглинання великих транснаціональних корпорацій автомобілебудівної галузі, що забезпечувало успішне позиціонування продукції цих виробників в усіх класах авто. Ринкові умови передусім відобразились на роботі автомобілебудівних підприємств.

Автомобілебудівна галузь України має специфічний характер через неефективне використання наявних ресурсів. Першочерговою причиною їх неефективного використання є застарілі технології та обладнання для виготовлення автомобілів. Галузь, яку у розвинених країнах зараховують до стратегічно важливих, в Україні значною мірою залежить від кулуарних політичних рішень, що можна включити до бар'єрів входу у галузь для іноземних інвесторів. Внутрішній ринок України є незаповненим і навіть ненасиченим, тому має певний запас місткості. У таблиці 2 наведено дані Світового Банку, які характеризують кількість автомобілів на 1000 осіб населення в Україні та за кордоном [6, с 101].

Таблиця 2.1.

### **Кількість автомобілів на 1000 осіб населення.**

	Назва країни	Авто/1000 осіб
1	Україні	148
2	Росія	233

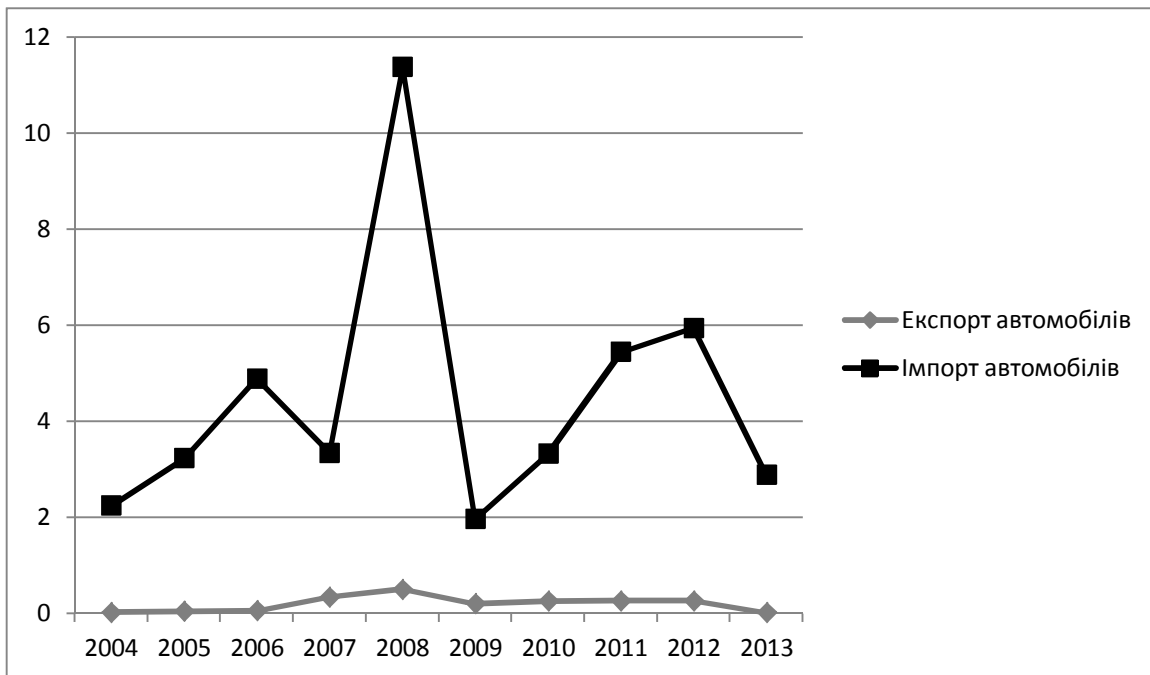
3	Білорусія	274
4	Угорщина	298
5	Польща	451
6	Ліхтенштейн	750

Низький показник насиченості ринку автомобілями можна пояснити низьким рівнем платоспроможності споживачів. Специфіка автомобільного ринку України полягає ще й у вагомості вторинного ринку авто, як привезених з-за кордону, так і перепроданих в Україні. Це чинить, безумовно, негативний вплив на реалізацію продукції українських автомобілебудівних підприємств, що призводить до зменшення доходів, державних відрахувань, заробітних плат працівників та скорочення робочих місць на підприємствах-виробниках.

Для виробництва легкових автомобілів в Україні сприятливим періодом були 2003–2009 рр., це пояснюється піднесенням економічного становища за рахунок недовготривалої політичної стабільності, що певною мірою посприяла налагодженню міжнародної співпраці. Саме цей період характеризується розширенням модельного ряду, який виготовлявся вітчизняними підприємствами. Попри те, що Україна не піднімалась вище 35 місця серед 40 держав-автовиробників, позитивним для розвитку цієї галузі є незаповненість ринку, про що свідчить величина експорту та імпорту. Їх динаміку зображено на рисунку 2. [7].

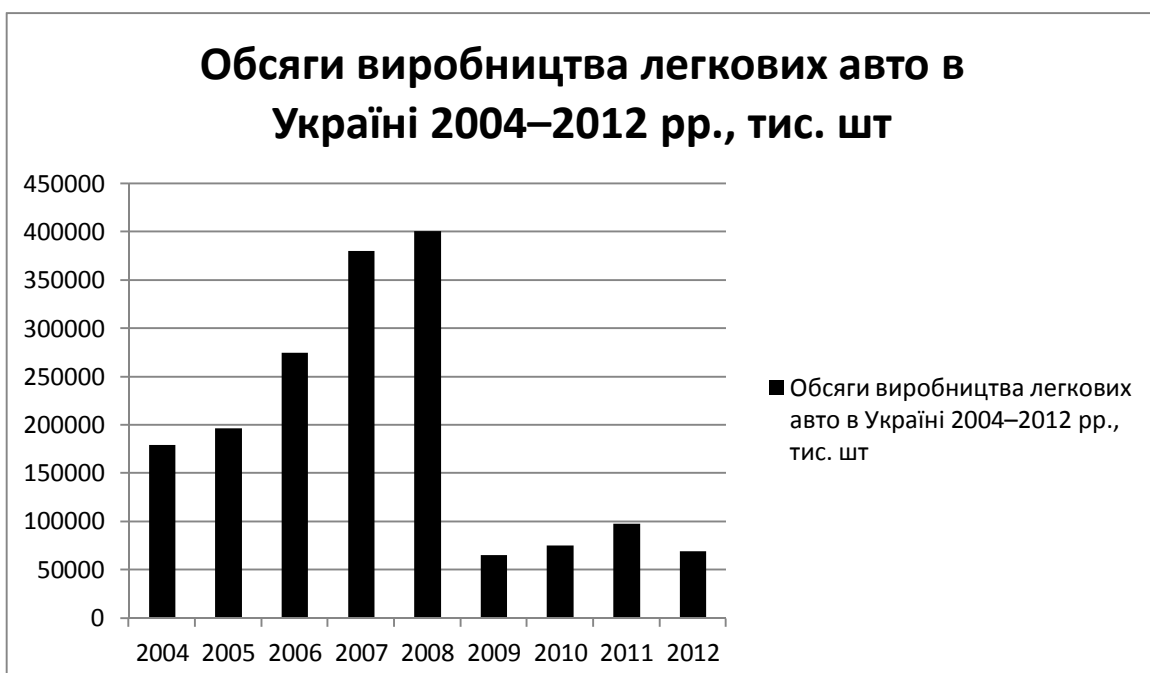
Рис. 2.1.

**Динаміка експорту та імпорту легкових автомобілів в Україні станом на 1 січня з 2004 по 2013 рр., млн. дол.**



З 2003 по 2012 рр. середній показник переважання імпорту над експортом становить 7,2 раза, тобто на 600 % попиту ринку вітчизняні виробники не можуть задовольнити. Варто звернути увагу на ситуацію у 2007 р., коли імпорт знизився до рівня експорту, саме на цей період припадає зростання обсягів виробництва легкових авто, але галузь є специфічною через безумовне існування часового лагу від періоду виробництва до моменту реалізації, що зумовлюється специфікою товару довготривалого вибору та використання (рисунок 2.1.).[6,с 102].

Рис. 2.2.



Порівнюючи динаміку показників виробництва, експорту та імпорту авто та динаміку обсягів реалізації, зрозумілим є явище взаємозв'язку, але за зростання платоспроможності споживачів у структурі продажів легкових автомобілів досі переважали автомобілі іноземного виробництва, адже клієнт починає орієнтуватися на купівлю престижніших авто, тому вітчизняні автомобілі залишаються у нижньому ціновому сегменті.

Більшість учених погоджуються з тим, що автомобілебудівна галузь має бути стратегічно пріоритетною у розбудові економіки. “Пострадянський” спадок незалежній Україні налічував п’ять заводів, але лише Запорізький автомобільний завод до сьогодні виготовляє легкові автомобілі. Виробництво легкових автомобілів започатковано і на Кременчуцькому заводі. Крім того, на Луцькому автомобільному заводі у різний час відбувалось складання легкових авто, хоча завод з дня свого заснування спеціалізувався на виробництві автобусів. Найпотужнішими виробниками легкових автомобілів сьогодні є Черкаський автомобільний завод, завод “Єврокар”, КрАЗ та Запорізький автомобільний завод. Усі виробники легкових автомобілів є залежними від постачальників комплектуючих, тому їх можна класифікувати за способом виробництва автомобілів. Існує дрібновузловий та великовузловий види складання, що відповідно означає складання автомобіля із дрібних елементів запчастин та великих складових агрегатів авто. Обидва види складання використовують на таких заводах, як ЗАТ “ЗАЗ”, ЗАТ “Єврокар”, ВАТ “ЛуАЗ”, ВАТ “ЧАЗ “Богдан”, лише на велико-вузловому складанні спеціалізується КрАЗ. Усі вищезазначені заводи належать до трьох корпорацій (таблиця 2.1.) [8, с 10].

Таблиця 2.1.

**Основні виробники та імпортери, які продають легкові авто іноземного виробництва в Україні станом на 1 січня 2013 р.**

	Назва корпорації	Завод	Марки, що виробляються	Офіційне посередництво
1	Корпорація УкрАвто	ЗАТ “Запорізький автомобілебудівний	ZAZ, KIA, UZ Daewoo,	Maseratti, Chraisler, Jeep,

		завод”	Chevrolet, Chery, Chance, KIA (е 2000 році – Mersedes, Opel)	Mersedes, Smart, Opel, Chevrolet, Cadillac, Renault, Toyota, Nissan,
2	Корпорація “Богдан”	Черкаський автомобільний завод “Богдан”	Богдан, Hyundai, Subaru, Lada, Great Wall, Lifan	Hyundai, Subaru, LADA, Great Wall, Lifan, Bogdan.
3	Група компаній “АІС	Холдингова компанія “АвтоКрАЗ”	Geely, Great Wall, SsangYong	Audi, Citroën, MG, Renault; Geely, SsangYong, Hyundai, Chevrolet, Cadillac, УАЗ, Chevrolet Niva
4	Корпорація “Єврокар”	ПрАТ “Єврокар”	Skoda (у 2000 р. складались Seat, Audi).	Skoda

### **Розділ 3. Тенденції та перспективи розвитку ринку легкових автомобілів в Україні та світі в після кризовий період**

Перша автомобільно-глобально економічна криза, за даними дослідження була тривала, тривалість – 4 роки і відбувалась на протязі 1979- 1982 року з дном кризи в 1982 році. Криза вісімдесятих років була причиною надмірної вартості нафти і бензину, а споживання палива автомобілями тих років було надмірне, тому і впав попит. Потім ринок автомобілів стагнував на протязі 9 років, до 1990 року, коли почалась друга криза. Тобто, кризові хвилі того часу були довгими, як по тривалості криз, так і часом між кризами. Наступна глобальна криза почалася в 1990 році з дном кризи 1993 року. З цього часу почались короткі хвилі кризових явищ. Тривалість кризи початку дев'яностих – 4 роки. Потім, через 2 роки, наступила криза 1995-1998 року з дном 1998 року, тривалість кризи 4 роки. Через рік зростання, почали зароджуватись кризові явища кризи 1995- 1998 років з дном кризи – 1998 року. І потім знову через рік, з'явилися нові кризові явища кризи 2000-2001 років. Тобто з двотисячних років, починається тенденція не тільки коротких хвиль між кризами, а і коротких кризових явищ, тобто падіння глобальної економіки.

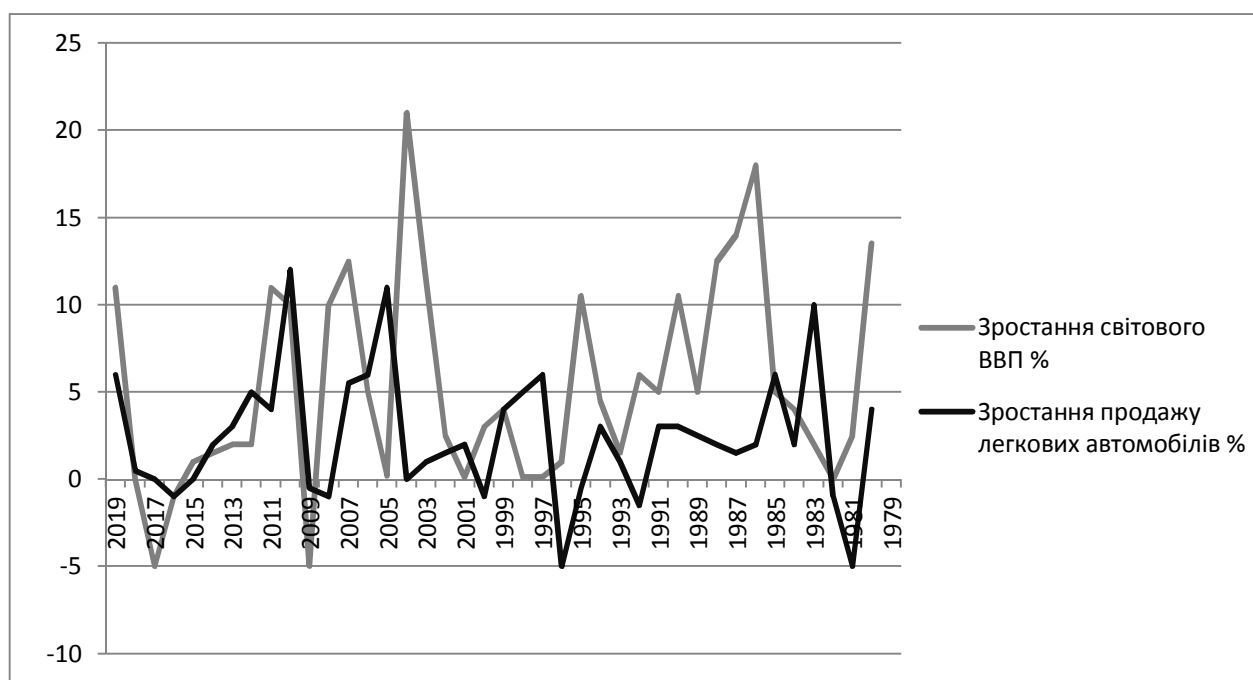
Кризи тривають в середньому по 2 роки. Така криза сталася в 2003- 2005 році, період між кризами – 1 рік, період кризи – 3 роки. З 2005 року починаються тенденції, які показують початок етапу довгих хвиль розвитку економіки, тобто довга хвиля починається з 2005 року, а остання довга хвиля була в 1990 році, тобто пройшло 15 років. Наступна криза, ще короткотермінова – 2 роки, але період між кризовими явищами уже підвищився до 2-х років. Наступила криза мала місце в 2008-2009 роках, з найбільшим відсотком падіння глобальної економіки за останні 30 років, коли світовий ВВП в 2009 року впав на 5,3%. З 2009 року, йде тільки зростанні економіки вже 4 роки поспіль. Тобто наявний факт початку довгої хвилі розвитку економіки. Так, можна зробити висновки, що падіння продаж легкових авто має місце за 1 рік від настання кризи, але сповільнення зростання продаж легкових автомобілів настає за 2-3 роки до кризи. Різке зростання інфляції за останні роки мало місце за 1 рік до кризи, а

зростання безробіття – за 2 роки. Тобто ці фактори є «передвісниками» кризи. Проаналізувавши, вплив даних факторів на глобальний ВВП та періодичність їх виникнення ми зробили висновок, що в 2013 році перші негативні фактори вже з'явилися – це сповільнення темпів продажу легкових автомобілів – 3,6%, та різке зростання безробіття – 6,1%.

Проаналізувавши історичні статистичні ряди та використовуючи метод екстраполяції можливо спрогнозувати розвиток глобальної економіки та об'єми продаж легкових автомобілів (рис. 3.1.)[1,с 147].

Рис. 3.1.

### Прогноз зростання світової економіки та продаж легкових автомобілів в світі (2014-2019 рр.)



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.

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. Зокрема, в Європі та США автодилери на кожен новий автомобіль продають 1,25- 2,0 уживаних. 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. Криза обвалила продажі на первинному ринку на 74 %. При цьому вторинний ринок знизився лише на 19,4 % (таблиця 3) [11].

Таблиця 3.1.

### **Співвідношення вторинного і первинного ринків автомобілів.**

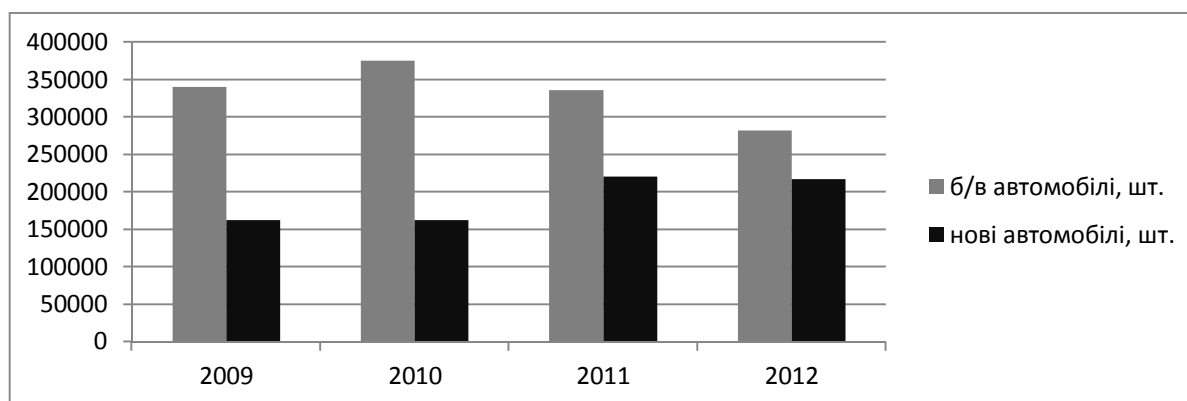
Показники ринку	Ринок автомобілів	
	первинний	вторинний
Обсяг у 2009 р., автомобілів	162292	337886
Скорочення у 2009 р.,%	74	19,4
Грошовий еквівалент, млрд. євро	2,4	1,7- 2,5
Середня ціна автомобіля, тис. євро	14,8	5-7

Експерти пояснюють це тим, що такий сегмент менше залежить від кредитування, а тому він не так сильно постраждав від кризи. Крім того, знизилися і доходи населення, що прямо відобразилося на споживчих перевагах українців.

Попит на автомобілі залишається на високому рівні, але купівельна спроможність знизилася. На сьогоднішній день особливістю ринку легкових автомобілів України є значна частка авто мобілів із пробігом, кількість яких перевищує 60 % (рис. 3.1.) [9] .

Рис. 3.1.

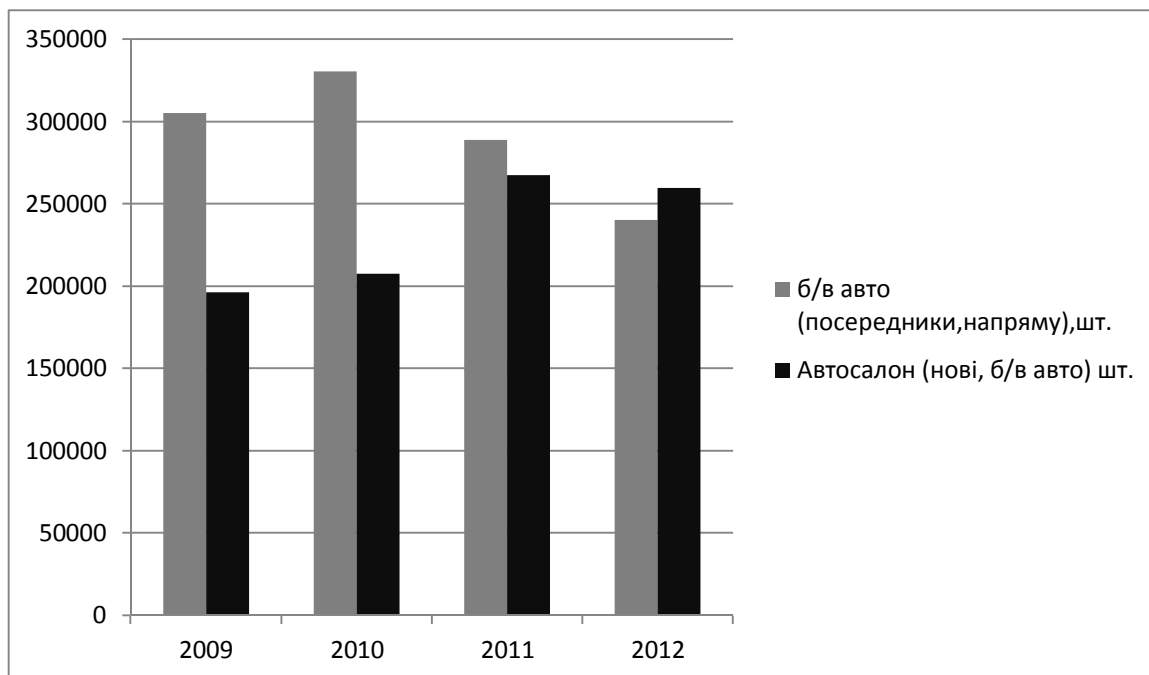
### Продаж нових та б/в автомобілів в Україні за 2009-2012р.



Причому продажі автомобілів із пробігом, завезених із-за кордону, не перевищує 1 %, що зумовлено високими митними ставками. 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. 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 % . Співвідношення продажів автомобілів через умовно первинний ринок на вторинному ринку представлено на рис. 3.2. [9].

Рис. 3.2.

### Продажі автомобілів через автосалони та на «стихійному» ринку в 2009-2012 рр.



## Висновки

Спираючись на результати проведеного дослідження можна зробити наступні висновки. За останні десятиріччя ринок легкових автомобілів став одним із провідних ринків світової економіки. Глобальні фінансові кризи призводять до значного спаду виробництва автотранспортних засобів, сповільнення темпів його зростання та зміни у розподілі ринків між підприємствами-виробниками. На сьогоднішній день основне виробництво автомобілів зосереджено у декількох великих концернів, материнські компанії яких знаходяться у США, Німеччині, Японії, Південної Кореї та Росії.

Найбільші темпи розвитку спостерігаються щодо автомобілебудування Китаю, завдяки його лідируючому положенню у залученні іноземного капіталу, ефективної податкової політики й кредитної підтримки держави. Рівень зайнятості у даній галузі світової економіки працівників, що працюють у сфері послуг, обслуговування та торгівлі, перебільшує основних робітників, які зайняті безпосередньо у сфері виробництва, більш, ніж у п'ять разів.

Характерними рисами вітчизняної автомобільної промисловості є низька конкурентоспроможність автотранспортних засобів, особливо легкових автомобілей, спрямованість на внутрішні ринки й перевищення обсягів імпорту порівняно з виробництвом. Ринок легкових автомобілів переживає сьогодні не найкращі часи. Переважна більшість автомобілів експортується 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 використовуваних машин. Щорічні продажі тільки на 40 % забезпечуються на первинному ринку. Формується цивілізований ринок продажу автомобілів із пробігом. Розвиток вторинного ринку дає змогу вітчизняним автодилерам розширити сервісний складник свого бізнесу та підвищити «стійкі» характеристики автомобілів, продовжуючи їх життєвий цикл і мінімізуючи навантаження на навколишнє середовище.

Основною проблемою, що потребує негайного вирішення, є пошук шляхів переходу до виробництва екологічного автомобільного транспорту.

### Список використаної літератури

1. Світовий ринок легкових автомобілів та глобальна економіка [Електронний ресурс] / О. П. Савич // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2016. – № 3 (25). – С. 144-149. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2016/n3.html>
2. Бодрова Н.Е. Аналіз світових тенденцій розвитку автомобільної промисловості: Економіка/Бодрова Н.Е., Булатов К.П./ 2012-С. 78-83.
3. У вирі планетарного авторинку 2015-2016 : [Електронний ресурс]- Режим доступу: <http://fra.org.ua/uk/an/publikatsii/analitika>
4. Показники світових продаж та виробництва автомобілів 1970-2015 рр. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [www.oica.net](http://www.oica.net).
5. Герчаківський С.Д. Домінанти митного регулювання експортно- імпорتنих операцій на автомобільному ринку України / С.Д. Герчаківський // Наукові записки. Серія «Економіка». – 2010. – Випуск 15. – С. 339-345.
6. Юринець О.В. Тенденції та перспективи розвитку автомобілебудівної галузі України в після кризовий період: Економіка/ Юринець О.В., Марущак О.Я. – 2013-С. 99- 104.
7. Стернюк О.Б. Особливості асортиментної політики автомобілебудівного підприємства в умовах кризи / О.Б. Стернюк // Вісник Національного університету “Львівська політехніка” “Проблеми економіки та управління”. – 2009. – № 640. – С. 400 – 406.
8. Кищун В.А. Виробництво легкових автомобілів: світові та вітчизняні тенденції / В.А. Кищун // Луцький національний технічний університет: зб. наук. пр. – 2003. – № 13. – С. 137 – 145.
9. Ринок автомобілів // Автоконсалтинг. – 2014 [Електронний ресурс] : Веб-сайт Автоконсалтинг. – Режим доступу: <http://www.autoconsulting.com.ua/>
10. Дима О.О. Ринок легкових автомобілів та перспективи його розвитку в Україні : Економіка/Дима О.О – УДК 658.8- С 44- 49.
11. Ринок автомобілів з пробігом в Україні: Незалежне дослідження Асоціації дилерів автомобілів з пробігом [Електронний ресурс]: автомобілі з

пробігом, 2014. - Режим доступу: <http://www.bulavka.ua/files/pic/news/carmarket.pdf>

12.Офіційний сайт Європейської асоціації виробників автотранспорту [Електронний ресурс].– Режим доступу : <http://www.acea.be>