

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

**Міждисциплінарна курсова робота**

3

економічної теорії

на тему:

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

Студентки 2 курсу групи ЕЕП-21

Волошин І.В.

Науковий керівник:

Доцент, к.е.н. Карп І.М.

Національна шкала \_\_\_\_\_

Кількість балів \_\_\_\_\_

Оцінка ECTS \_\_\_\_\_

**Тернопіль – 2017р.**

## План

### Вступ

1. Сутнісна характеристика і структурованість ринку легкових автомобілів.
2. Сучасна порівняльна характеристика ринку легкових автомобілів в Україні та світі.
3. Проблемні аспекти та перспективи розвитку ринку легкових автомобілів в Україні.

### Висновки

### Список використаної літератури

## Зміст

Вступ.....	4
1.Сутнісна характеристика і структурованість ринку легкових автомобілів.....	6
2.Порівняльна характеристика сучасного стану ринку легкових автомобілів в Україні та світі.....	10
3.Проблеми та перспективи розвитку ринку легкових автомобілів в Україні.....	16
Висновки.....	19
Список використаної літератури.....	21

## Вступ

Розвиток економіки завжди був тісно взаємопов'язаний із різними ринками товарних послуг, до яких можна віднести ринок легкових автомобілів, який посідає особливе місце. Він вважається одним із найбільш глобальних, що швидко розвивається і надає досить великий прибуток. Все більш популярнішим стає таке явище, як створення міжнародних автомобільних альянсів, збільшення загальної кількості країн, які безпосередньо готові організувати власне виробництво. Це свідчить про найголовніше, що ринок автомобілів - є найбільш перспективним, як для суб'єктів які беруть участь в різних економічних процесах на цьому ринку, так і для держави. Тому дуже важливо створити сприятливі умови для зростання обсягів виробництва та реалізації виготовлених автомобілів, контроль за сплатою мита на ввезення авто з інших країн.

Вітчизняний ринок легкових автомобілів у порівнянні із ринком легкових автомобілів у світі дещо відстає у розвитку, тому ця тема є актуальною для вивчення. Аналізом проблеми розвитку ринку автомобілів наймається багато учених: Мороз Л.А., Юринець О.В., Марущак О.Я., Пашко О.В., Бережнюк І.Г., Яременко С.С., Савич О.П. та багато інших. Їхні дослідження показали, що функціонування та регулювання ринку легкових автомобілів висвітлено фрагментарно, та потребують подальших досліджень.

**Метою роботи** є дослідження структури та типу ринку легкових автомобілів, проведення сучасної порівняльної характеристики ринку легкових автомобілів у світі та в Україні, визначення основних проблем та обґрунтування перспектив вітчизняного ринку легкових автомобілів та надання шляхів вирішення проблем його розвитку.

**Актуальність теми** дослідження полягає в тому, що суспільство на даному етапі розвитку економіки переживає епоху глобальної машинізації, яка продовжується вже декілька століть. Автомобільна індустрія вкладає чимало коштів в розвиток технологій, які потім використовують в інших сферах. Це унікальний продукт який здатний задовільнити майже всі потреби власника.

## **Завдання, які будуть розкриті в розділах курсової роботи:**

- з'ясувати сутність та проаналізувати структуру ринку легкових автомобілів;
- дослідити поточний стан світового автомобільного ринку;
- знайти спільне та відмінне між світовим та вітчизняним ринком автомобілів;
- проаналізувати проблеми розвитку ринку легкових автомобілів в Україні та знайти шляхи їх вирішення.

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

**Предметом дослідження** є особливості функціонування ринку легкових автомобілів та основні фактори впливу на нього.

**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.

## **Сутнісна характеристика і структурованість ринку легкових автомобілів**

Автомобільний ринок один з найвагоміших у розвитку машинобудування, зокрема транспортного машинобудування.

Щоб дати визначення "автомобільний ринок" нам необхідно розібратись із загального.

Ринок - сукупність економічних відносин, між суб'єктами ринку з приводу переходу прав власності на товари або можливість отримання послуг. [1, с.250]

Отож на основі цього можемо трактувати що ринок складається з 2 частин:

1. Товар - все що пропонують для привертання уваги, придбання і задоволення власних потреб;
2. Суб'єкти ринку - представники попиту і пропозицій (споживачі, покупці й відповідно виробники, продавці).

Звідси випливає, що ринок автомобілів - це сукупність взаємовідносин між суб'єктами ринку для обміну готової реалізованої продукції на кошти або їх еквіваленти [2].

Автомобільний ринок в свою чергу ділиться на:

- ринок автомобілів приватного користування;
- ринок комерційних транспортних засобів (автобуси, вантажівки, спецтехніка).

Нині характерним для розвитку ринку є зниження частки вітчизняних автомобілів і збільшення частини іноземних.

Основним продуктом ринку автомобілів є готові, зібрані легковіки, які слугують для полегшення життя людей в переміщенні. Ринок автомобілів забезпечує не лише потреби, примхи, підвищення статусу покупця, а ще й дозволяє виробляти додаткові послуги, що не стосуються офіційних постачальників - це тюнінг, автокредитування, страхування, тобто все для ще комфортнішого і безпечнішого використання товару.

Автомобіль визначає сучасний спосіб життя суспільства. Попит на цей товар

окреслюється суб'єктивними і об'єктивними чинниками.

До суб'єктивних чинників належить:

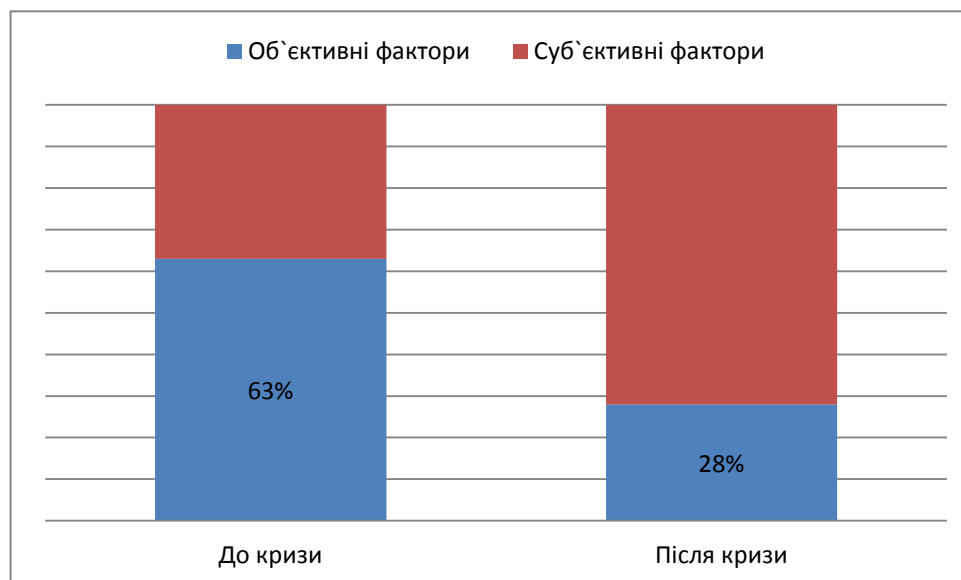
- Очікування змін в майбутньому
- Готовність взяти кредит(показується відхилення між реально купленим автомобілем ,придбаним у кредит порівняно з прогнозованою на основі об'єктивних чинників)
- Індекс споживчого настрою(оцінка розвитку економіки країни протягом року;оцінка поточного матеріального становища і його зміни;оцінка тривалості циклу,протягом якого купують товари тривалого користування)

Суб'єктивні фактори часто не беруть до уваги і це призводить до того,що внаслідок прогнозування у майбутньому відбуваються помилки та неточності.

До об'єктивних чинників належить:

- Зростання цін
- Доходи населення
- Курс обміну

Об'єктивні фактори найбільш вживані при прогнозуванні.

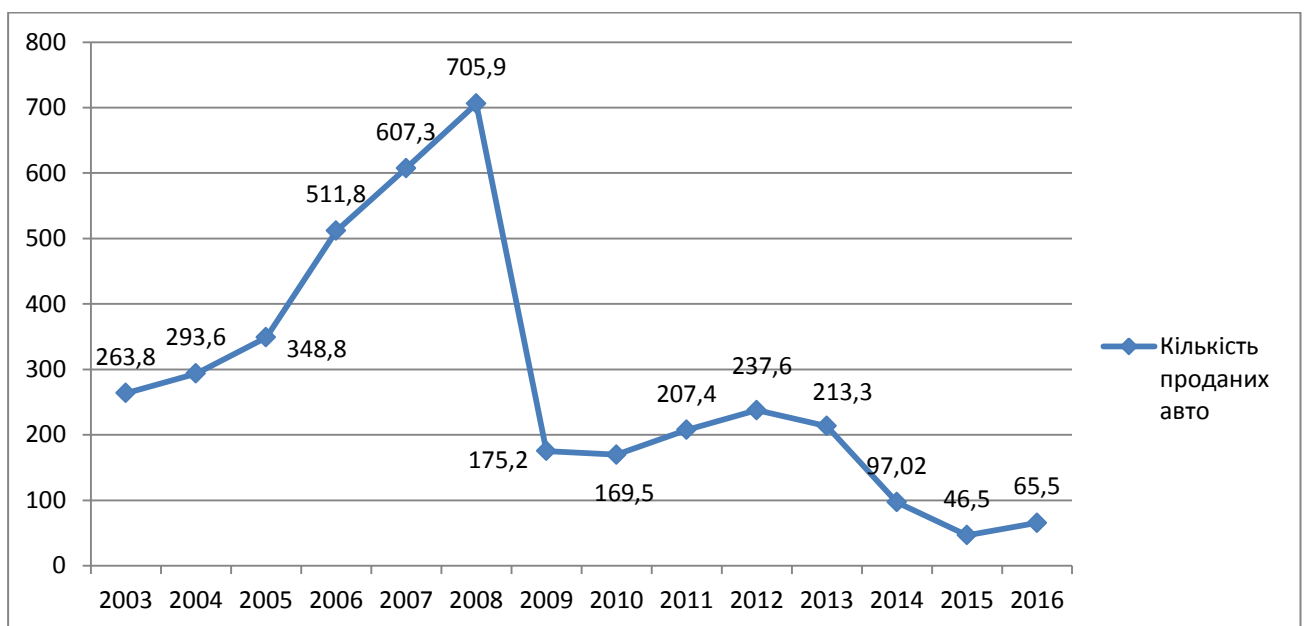


**Рис.1. Відносна важливість об'єктивних та суб'єктивних факторів при здійсненні купівлі нового автомобілю [автор побудував самостійно] [3]**

Проте за результатами дослідження, проведеного GfK Ukraine, під час кризи на автомобільному ринку України зростає значимість суб'єктивних факторів у прийнятті рішення про покупку легкового автомобіля.

Легковий автомобіль - це товар рідкісного попиту і тривалого користування, він має позитивний вплив на економічне зростання країни, оскільки поживає макроекономічний попит, підвищує пропозицію машинобудівних підприємств, сприяє укріпленню позицій середнього класу країни. Стан автомобільного ринку є не лише показником економічного добробуту, але і втіленням економічного, соціального і науково-технічного прогресу.

Проаналізуємо ж попит на легкові автомобілі в Україні.



**Рис.2. Кількість проданих авто в Україні за період з 2003 по 2016 рік**  
[автор побудував самостійно] [4]

Можемо побачити, що попит на легкові машини то стрімко зростає, то беззупинно падає. Сприятливою для виробників і покупців ситуація на авторинку залишилася до кризи 2008 року, тоді багато в чому розвиток подій залежав від уряду України із застосуванням антикризових дій. До таких можна віднести тимчасову надбавку мита для стимулювання вітчизняних автомобілів, але цього



була замало. Необхідно було звернути увагу на те, щоб заводи мали можливість залучити банківські кредити на пільгових умовах; забезпечити комплекс заходів, щоб зменшити навантаження від податків. Для покращення ситуації в країні декілька автокомпаній власноруч почали розробляти власні фінансові програми, щоб цим збільшити обсяг продажу своєї продукції, зокрема надання можливості брати автомобілі в кредит, але термін таких пропозицій був не більше 3 роки, і першочергові внески були близько 30 % - 70 % від загальної вартості автомобіля.

Після обвалу ринку в 2009 році його стан почав повільно виправлятися, але вже не повернувся до рекордних продажів 2008 року, коли Україна за величиною ринку посіла сьоме місце в Європі. Позитивну роль тут відіграло і прийняття Концепції розвитку автомобільної промисловості та регулювання ринку автомобілів.[5]

Проте анексія Криму та війна на Сході України дали негативний поштовх в динаміці попиту на автомобілі. Спостерігається велика нестабільність і непрогнозованість ринку автомобілів, зміни в структурі попиту та його переміщення до тих, хто представляє нижчий ціновий клас.

## Сучасна порівняльна характеристика ринку легкових автомобілів в Україні та світі

У багатьох країнах автомобільна промисловість є провідним сектором економіки, вона переважає стосовно технічного розвитку країни та поряд із іншими сумісними їй галузями становить значну частку національної промисловості, надаючи більшу кількість робочих місць і доданої вартості.

Автомобілебудування постійно прагне впровадження інновацій, що змушує і інші галузі країни вдосконалювати свої виробництва. Таких галузей існує багато, тому внаслідок цього зростає уся промисловість, а отже і загалом економіка країни. Тому не дарма автомобільна промисловість вважається локомотивом економіки країн.

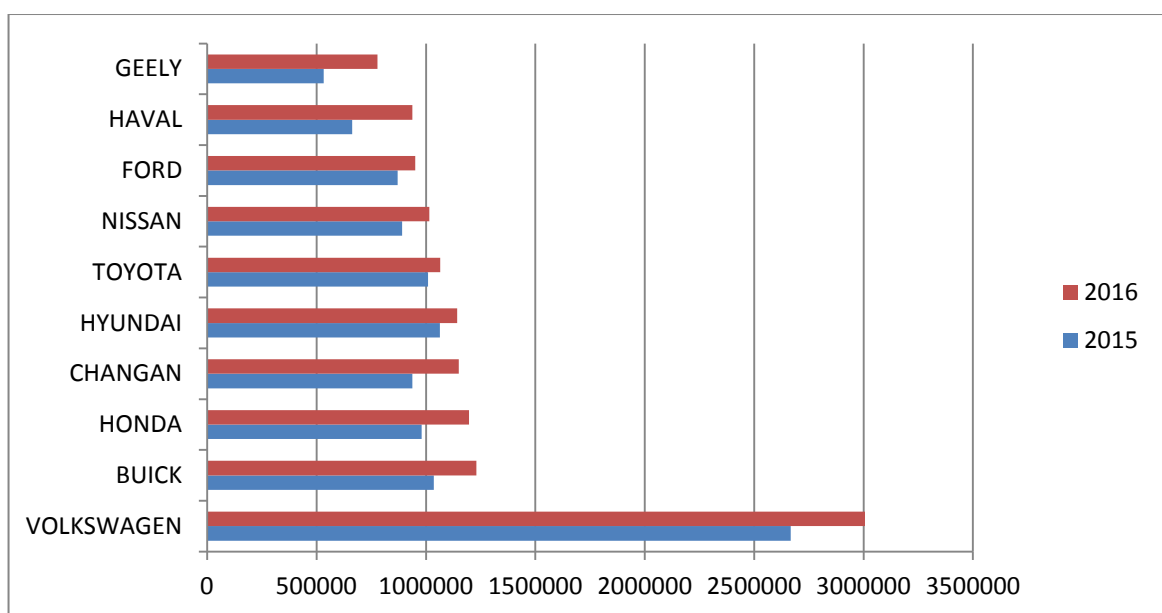
У високорозвинених країнах при стабільній економічній ситуації помітним стає стрімкий розвиток ринку автомобілів. Наприклад в країнах Європи та США відношення між первинним і вторинним ринками відрізняється від Українського. Вторинний ринок менш залежний від кредитування та купівельної спроможності людей. Тому в під час кризи та занепаду економіки він стає на перший план, а первинний ринок занепадає.

В країнах з розвиненим виробництвом автомобілів велику частку ринку займають саме вітчизняні авто. Держава намагається методами накладання митного збору стимулювати розвиток власного виробництва. Проте в Україні на ринку переважають іноземні автомобілі, при встановленому миті на ввезення, український ринок легкових автомобілів не може бути заповнений вітчизняними автомобілями, тому що альтернативи Японським, Німецьким, Американським виробникам у нас немає.

З року в рік найбільші автоконцерни борються за те, щоб їх автомобіль значився, як найбільш продаваний автомобіль в світі. Від цього залежать майбутні поставки машин в ту чи іншу країну, їх випуск, рестайлінг та припинення виробництва.

Найбільші у світі автомобільні ринки:

В усьому світі Китай є найбільшим автомобільним ринком, як попиту, так і пропозиції. У 2015 році Китай виробляв понад 20 мільйонів легкових автомобілів та близько 3,4 мільйонів комерційних автомобілів. Очікується, що Китай також буде стимулювати попит на автомобільному ринку, при цьому приблизно 35 мільйонів очікується продажів автомобілів у 2020 році. Враховуючи рівень населення країни, потенціал для автомобільного ринку Китаю є величезним. До 2020 року буде приблизно 200 мільйонів автомобілів на китайських дорогах, але менше ніж на один автомобіль для кожних п'яти осіб.

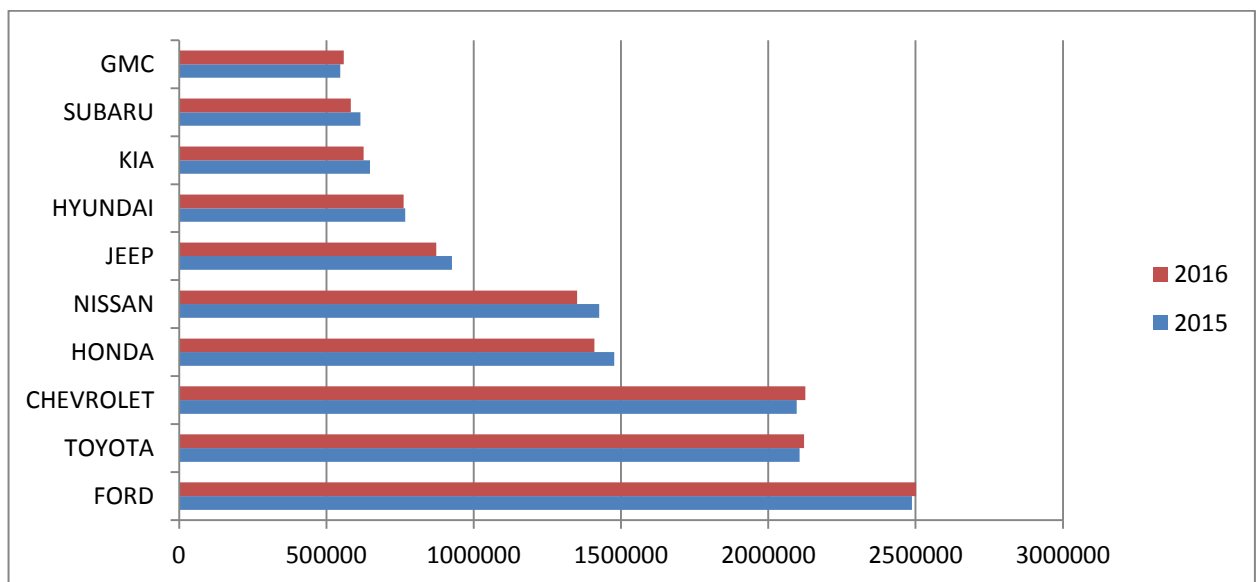


**Рис.3.Найпопулярніші марки автомобілів у Китаї (2015-2016)**

[автор виконав самостійно] [6]

Не дуже відстає ринок США,адже сума продажу автомобілів протягом 2015 року становить 17,47 млн.-це вважається рекордом за всі часи економіки США.Фактором який зумовив такий продуктивний рік продажів автомобілів стало зменшення вартості бензину. Лідерами американської автопромисловості зі збуту у 2015 стали General Motors (GM), Ford та Chrysler. У США зростає попит на автомобілі Toyota.Помітним стає зменшення частки попиту автомобілів Volkswagen до 5%,причиною на думку аналітиків став недостатньо якісний маркетинговий хід.

Показники збуту американських автомобілів зросли і у 2016 році було продано 17,5 мільйона нових легкових автомобілів, що на 0,3% більше ніж у 2015 році, незважаючи на падіння і кризи бразильського автопрому.[7] Прогнузується і надалі збільшення попиту населення на придбання нових авто,через те,що витрати які необхідні для утримання автомобіля у США,досить низькі.



**Рис.4.Найпопулярніші марки автомобілів у США (2015-2016)**

[автор виконав самостійно] [8]

У 2016 році Toyota посідає перше місце як автомобільний бренд з найвищою ціною бренду. Автомобілі Toyota виробляються корпорацією Toyota Motor Corporation. Японський багатонаціональний автовиробник - другий за величиною автомобільний виробник у світі. У 2015 році фірма мала 11-відсоткову частку ринку світового автомобільного ринку, продаючи близько 10 мільйонів легких транспортних засобів. Останнім часом Індія та Бразилія виникли як важливі автомобільні ринки, але не змогли справити враження в 2016 році.

Щодо євrorинку автомобілів то у 2015-2016 році проявляють покращення,як і раніше на багатьох ринках світу лідирує німецька марка Volkswagen.На своїй батьківщині обсяг випуску легкових автомобілях досягло 5,7 млн.одиниць.

Можна стверджувати що нині автомобільний ринок Європи переживає так зване відродження,адже післякризові явища лишилися позаду,збільшується процес інвестування у розробку нових марок автомобілів,поширюється обсяг виробництва електромобілів,як нового брендового явища в автомобілебудівництві Європи.

Росія за обсягом авторинку серед країн Європи за підсумками 2016 роки опустилася на п'яте місце з четвертого.

Продажі легкових і легких комерційних автомобілів на російському ринку в 2016 році впали на 11% в порівнянні з 2015 роком і склали 1,42 млн.авто. За ним слідує Hyundai (зниження продажів на 10% - до 145,254 тис.), Renault (зниження на 3% - до 117,23 тис.), KIA (зниження на 9% - до 149,567 тис.), Toyota (зниження на 4 % - до 94,568 тис.) [9].

Для досягнення позитивної динаміки російського авторинку головними напрямками діяльності в 2017 році АЄБ вважає продовження державної підтримки, зокрема, програм з утилізації, лізингу та субсидування автокредитів.

Вперше за 4 роки спостерігається зростання показників продажу автомобілів в Україні. Станом на 2016 рік в Україні продано 64,4 тис. нових легкових автомобілів,це на 39% більше за показники 2015 року.В тім ці результати не можна назвати показовими,адже потенціал українського авторинку набагато більший.Проте аби відчуті в разі покращення необхідно збільшити як інвестування,так і допомогу уряду.Незважаючи на те,що нині стан економіки дуже нестабільний,прогнозується досягти показників продажу автомобілів до 80 тисяч.

Щодо 2017 року,то українці купили майже 37 000 нових автомобілів. Це приблизно на третину більше, ніж за той же період минулого року. Основні гравці на цьому ринку пов'язують такий приріст із величезним відкладеним попитом. Слід зазначити що ВВП України зросло на 2.3% у першому кварталі, що свідчить про зміцнення економіки і не могло не відзначитись на автомобільному ринку.В цілому в цьому році попит зростав практично на всі популярні марки автомобілів. Хоча, незважаючи на погавлення продажів, деяким автомобільним компаніям

все ж вдалося втратити покупців. Невдало пройшло півріччя для Chevrolet. У січні-червні українці купили на 26,6% менше автомобілів цієї марки, ніж за той же період 2016- го.

У список брендів, які закінчили першу частину року в «мінусі», також увійшли ЗАЗ (-14,5%), Land Rover (-5,5%) і BMW (-3,3%). [10].

Лідерами по зростанню продажу цього року стали Seat (поліпшити торішній показник в 4,5 рази) та Mitsubishi збільшився більш як втричі(причиною тому стало що нові патрульні автомобі поліції були цієї марки).І завершує трійку лідерів Peugeot,що збільшив обсяг свій удвічі.

**Таблиця 1.**

**Найбільш популярні марки авто в Україні за результатами продажів в січні-червні**

№	Марка	Продажі у 2016р	Продажів у2017 р	Динаміка
1	<b>Toyota</b>	3114	4145	33,1
2	<b>Renault</b>	2593	4063	56,7
3	<b>Kia</b>	1507	2618	73,7
4	<b>Volkswagen</b>	2164	2563	18,4
5	<b>Skoda</b>	1684	2385	41,6
6	<b>Hyundai</b>	1247	2021	62,1
7	<b>Nissan</b>	1473	1990	35,1
8	<b>Ford</b>	1300	1776	36,6
9	<b>BMW</b>	1502	1452	-3,3
10	<b>Mersedes</b>	1078	1324	22,8
11	<b>Suzuki</b>	708	1166	64,7
12	<b>Mazda</b>	1086	1110	2,2
13	<b>Audi</b>	732	1089	48,8
14	<b>Mitsubishi</b>	282	971	244,3
15	<b>ЗАЗ</b>	1063	909	-14,5

16	<b>Peugeot</b>	438	874	102,3
17	<b>Ravon</b>	0	865	0
18	<b>Lexus</b>	451	626	38,8
19	<b>Seat</b>	133	594	346,6
20	<b>Citroen</b>	369	495	34,1

[автор склав самостійно] [11]

## **Проблемні аспекти та перспективи розвитку легкових автомобілів в Україні**

Ринок легкових автомобілів є важливим аспектом машинобудівної промисловості України, яка є базовою галуззю національної економіки в нашій державі. Більш того, транспорт у глобальному значенні покликаний підвищувати рівень життя населення та захищати економічні інтереси своєї країни.

Автомобільна промисловість має своєрідний та дещо особливий характер через неефективність використання наявних ресурсів. Однозначною причиною цього є застарілість технічного обладнання.

Також Україна потерпає від недостатнього обсягу інвестицій. Наша автомобільна промисловість не встигає за іноземними аналогами у розвитку технологій. Застаріле обладнання і способи виробництва призводять до низької якості продукції, до її високої собівартості, а отже і низької конкурентоспроможності [12].

Отож ми дійшли до того що впливає ще одна проблема, така як гальмування інноваційного розвитку, яке спричинене недостатньою допомогою з боку держави. Внаслідок цього в країні немає сприятливих умов для розвитку і використання інтелектуального потенціалу, не лише окремої людини, а на рівні фірми, підприємства чи регіону.

Серед факторів, що перешкоджають здійсненню інноваційної діяльності підприємств автомобільної промисловості у сучасних умовах, насамперед варто виділити економічні (нестача власних коштів), надмірні витрати на нововведення, недостатня фінансова підтримка з боку держави, високі економічні ризики, недосконалість законодавчої бази, тривалий термін окупності нововведень, відсутність достатніх коштів у замовників тощо [13, с.186].

Проте треба врахувати той факт що на вітчизняному ринку відсутні модернізовані прийоми виробництва через те, що відсутня кількість кваліфікованого персоналу, який би обслуговував процес виготовлення



товару; відсутність відповідного попиту на інноваційні продукції, адже більшість споживачів обирають перевірені та добре проінформовані автомобілі. Також багато підприємств слабо сприйняті до нововведень і їхня інформаційна база про ринок збуту і нові технології малорозвинена.

Нині вітчизняна автомобільна промисловість має проблеми з приводу: падіння виробництва; низькоякісні товари; старе обладнання; нестача фінансового забезпечення; продаж автомобілів у кредит, що зумовлює зменшення грошей у обігу.

Для того аби вийти на новий рівень розвитку автомобільної промисловості необхідно зменшити, а краще взагалі позбутись негативних наслідків.

На сьогодні Уряд країни галузь автомобілебудування ставить пріоритетною, адже вона не лише головний споживач кваліфікованої робочої сили, а й продукції інших галузей. Тому необхідно прикласти максимум зусиль для розвитку автомобілебудування в Україні, бо це спричинить розвиток і інших суміжних галузей економіки, збільшиться кількість бюджетних надходжень, та зросте дохід і зайнятість населення.

Тому перспективами розвитку ринку легкових автомобілів стане :

1. Створення нових виробництв, які використовуватимуть енергозберігаючі і екологічно чисті сучасні обладнання. Адже проблема із забрудненням навколишнього середовища від використання легкових автомобілів досить значна не лише у нас, а й по всьому світі, тому дуже важливим є запобігання таких глобальних проблем.

2. Провести єдину технічну політику, яка має передбачати координацію науково-технічних робіт у створенні виробництва нової продукції, впровадженні новітніх технологій та устаткування [14].

3. Модернізувати теперішній процес виготовлення легкових автомобілів.

4. Пов'язати науково-технічні фірми автомобілебудування з установами наукового характеру України для створення нових матеріалів і технологій.

5. Забезпечити створення нових зразків конкурентноспроможної техніки.

## **Висновки**

Отож після проведення аналізу ринку легкових автомобілів можна зробити наступні висновки. Впершу чергу остаточно зрозуміло, що ринок легкових автомобілів є провідною галуззю світової економіки і найбільш пріоритетною для України.

Автомобільна промисловість виконує дуже важливу роль, адже вона обслуговує не лише споживачів, задля полегшення переміщення, а й інші галузі країни, які базуються на використанні автомашин, складного технічного обладнання.

Також ми порівняли ринок легкових автомобілів світу та вітчизняний ринок. Звичайно як лідер себе представив Китай, США, Японія. У них зосереджено основне виробництво автомобілів, які обслуговують більшість країн. 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.

Щодо вітчизняного ринку легкових автомобілів, то прослідковується за поточний рік позитивні здвиги, адже кількість куплених нових автомобілів зростає. Поясненням цього є те, що ВВП на початку 2017 році зросло на 2.3% що і зміцнило економіку і тим самим відзначилось на автомобільному ринку.

Державна політика щодо ринку легкових автомобілів визначається її пріоритетністю для динамічного розвитку економіки України. Це надасть можливість не лише забезпечити країну автотранспортними засобами, а й створити умови для розвитку суміжних галузей економіки, зростання зайнятості і доходів населення, збільшення надходжень до бюджетів усіх рівнів.

Ринок легкових автомобілів розвиватиметься в тому випадку, коли держава максимально вкладатиме фінанси у розвиток не лише нових технологій, автомобілебудування, а й у галузі, які безпосередньо пов'язані з функціонуванням цього ринку. Зараз перспективно вкладати кошти у виготовлення

електроавтомобілів, оскільки цей ринок ще не наповнений конкурентами, то Україна має можливість зайняти провідне місце. Також це в свою чергу покращить екологічну ситуацію в країні.

## Список використаної літератури

1. Курс економічної теорії, під ред. проф. Чіпуріна М.Н. і проф. Кисельової Е.А.- Кіров: АСА, 2006р.- 832 с.
2. [Електронний ресурс].- Режим доступу <http://www.gpedia.com/uk/gpedia>
3. Дані дослідження компанії GfK Ukraine
4. Статистика українського авторинку AUTO-Consulting
5. Розпорядження Кабінету міністрів України «Про схвалення Концепції розвитку автомобільної промисловості та регулювання ринку автомобілів у період до 2015 року» // Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/452-2006-p>
6. China Association of Automotive Manufacturers (CAAM)
7. Автомобільний ринок США: [Електронний ресурс].- Режим доступу <http://fra.org.ua/uk/an/publikatsii/analitika/u-viri-planietarnogho-avtorinku-2015-2016>
8. GoodCarBadCar, Automotive News Data Center
9. Обсяг продажу в Росії впав:[Електронний ресурс].- Режим доступу <http://ukrautoprom.com.ua/rossijskij/avtorynok-dostig-nizshej-tochki>
10. Попит України на автомобілі: [Електронний ресурс].- Режим доступу <http://mmr.net.ua/autoworld/news/49024>
11. Продаж авто в Україні в січні-червні: [Електронний ресурс].- Режим доступу <http://mmr.net.ua/autoworld/news/49024>
12. Автомобілебудування України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ukrexport.gov.ua/ukr/prom/ukr/29.html>.
13. Зима А.О., Біркентале В.В. Інноваційна діяльність як основа підвищення конкурентоспроможності підприємств та регіонів // Вісник Донецького

національного університету, Серія В: Економіка і право. Випуск I – Донецьк, 2009. – 250 с

14. Концепція розвитку автомобільної промисловості та регулювання ринку автомобілів у період до 2015 року [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.gdo.kiev.ua/files/db.php?god=2006&st=2241>.