

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

**Міждисциплінарна курсова робота**

З дисципліни «Економічна теорія»

на тему:

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

Студентки групи ЕУП-21

Дубини Маріанни

Науковий керівник:

д.е.н., професор

Длугопольський О. В.

Національна шкала \_\_\_\_\_

Кількість балів \_\_\_\_\_

Оцінка ECTS \_\_\_\_\_

## Зміст

Вступ .....	4
1. Теоретичні засади функціонування ринку легкових автомобілів.....	5
2. Світовий ринок майнових авто: загальної тенденції.....	9
3. Аналіз розвитку ринку легкових автомобілів в Україні (2010-2018)...	13
4. Проблеми розвитку ринку легкових автомобілів України та перспективи їх розв'язання.....	20
Висновки.....	23
Список використаної літератури.....	25

## Вступ

*Актуальність* теми дослідження полягає в тому, що суспільство на даному етапі економічного розвитку переживає епоху глобальної машинізації, яка продовжується вже декілька століть. Одним з наслідків цього є те, що на сьогодні великий відсоток споживачів більшості країн світу можуть дозволити собі наявність легкового автомобіля. Саме тому впродовж декількох останніх десятиліть автомобільна промисловість стала однією з провідних галузей економіки багатьох держав.

Крім того, в умовах сучасної глобалізації та світової економічної інтеграції важливим аспектом ефективного і повноцінного функціонування світового товарного ринку, ринку легкових автомобілів зокрема, є аналіз його особливостей та основних внутрішніх ринкових чинників. Це важливо задля пришвидшення інтегрування вітчизняного ринку світових країн невисокого економічного розвитку до основних загальних міжнародних товарних ринків.

*Метою* роботи є дослідити структуру та сучасний стан ринку легкових автомобілів, а також визначити подальші перспективи його розвитку.

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

Для досягнення визначеної мети постають такі *завдання*:

- 1) З'ясувати поняття ринку, його типи та структуру.
- 2) Проаналізувати структуру й стан .
- 3) Розглянути проблеми, які стосуються ринку легкових автомобілів та визначити перспективи розвитку.

## **1. Теоретичні засади функціонування ринку легкових автомобілів в Україні та світі: поняття, типи, структура.**

Автомобільний ринок – це сукупність економічних відносин, через які відбувається взаємодія між суб'єктами ринку для обміну автомобілів на грошові кошти.

Автомобільний ринок починає свою діяльність ще з XIX ст., оскільки саме тоді було винайдено перший автомобіль і зародилось автомобілебудування. На розвиток автомобільного ринку суттєво впливали різні технічні зміни в конструкції й агрегатах автомобіля, а також технології самого виробництва. Такий вплив ми бачимо й сьогодні.

Перші автомобілі були двомісними і лише з зростанням попиту й конкуренції почали виробляти автомобілі на чотирьох осіб. Коли формувался автомобільний ринок не існувало ніяких автомобільних брендів. Перші автомобілі були дуже дорогими і купувати їх могло обмежено коло осіб. З часом автомобілі перетворились з предмету розкоші на предмет споживання.

Першою країною з автомобільним ринком була Німеччина, оскільки саме там був створений перший автомобіль Карлом Бецом і запущений в продаж. Пізніше й Франція почала займатись випуском автомобілів. Потім автомобілебудування зародилось у США, Великобританії, Канаді та ін. Перше місце по виготовленню автомобілів було у Франції (близько 15000), а друге – США (9000). Вже через 26 років в свої руки автомобільне виробництво взяла Америка і від загального світового обсягу випустила 85% машин. Переважали такі автомобільні марки: Ford та Morgan. [1, с. 57]

Основним товаром на ринку легкових автомобілів є готовий легковий автомобіль.

Автомобілі належать до товарів тимчасового користування і мають великий попит.

Попит на них визначається двома типами факторів :

1. Об'єктивними (доходи населення, інфляція, ставки за кредитами та депозитами, обмінний курс)

2. Суб'єктивними (сприйняття поточної ситуації споживачами, очікування змін в майбутньому, індекс споживчого настрою, готовність взяти кредит).

Ринок легкових автомобілів як і будь-який інший ринок виконує ряд певних функцій:

- Задовільнення потреб покупців і продавців.

Ринок повинен певним чином встановлювати ціну і інформувати його учасників про зміну. В основному це робиться для того, щоб покупець і продавець могли торгуватись за «правильну» ціну задовольняючи власні потреби.

- Утримання ціни.

Ця функція дає змогу регулювати попитом і пропозицією задля досягнення ефективності їх розподілу.

- Очищення свого простору від слабких представників автомобільної промисловості.

Всі ці функції пов'язані між собою і діють з метою ефективного функціонування важливої складової світової економічної системи – ринку легкових автомобілів.

Легкові автомобілі , призначені для пасажирського перевезення та мають від 2 до 9 місць разом з місцем для водія.

Сьогодні зарубіжні спеціалізовані видання класифікують легкові автомобілі поділяючи їх за функціональними ознаками на чотири типи. Тип перший – це автомобілі що експлуатуються на дорогах загального користування (дорожні легкові автомобілі). Тип другий – це повноприводні легкові автомобілі підвищеної прохідності ( так звані «всюдиходи», «джипи»). Такі автомобілі дають змогу рухатись не тільки дорогами загального користування а й поза їх межами. Тип третій – це універсали підвищеної місткості (їх за кордоном називають monospace (однооб'ємник), або minivan). «Підвищена місткість» означає що може вміститись від 7 до 9 осіб. Найкраще для цього типу використати термін «мінівен», який означає міні фургон. До четвертого типу належать автомобілі з

підвищеними динамічними характеристиками ( велика швидкість, інтенсивність розгону). Вони призначені для експлуатації на дорогах загального користування.

Легкові автомобілі згідно Європейської класифікації є таких класів:

Клас А. - автомобілі невеликі за розміром , які найчастіше використовуються людьми для поїздок на дачу тощо. Його ширина становить – 1,6 метрів , а довжина – не більше 3,6 метрів.

Клас В. – автомобілі малого класу, малогабаритні, які призначені для міських та приміських поїздок. Довжина саме такого автомобіля не більше 4 метрів.

Клас С. – автомобілі нижчого середнього класу . Ширина - 1,6 – 1,75 метрів, а довжина – 3,9 - 4,4 метрів.

Клас Д. – авто середнього класу.

Клас Е. – вищого середнього класу.

Клас F. – автомобілі, які дуже дорогі , тобто так звані автомобілі представницького класу. Ширина становить від 1,7 метрів, довжина - від 4,6 метрів. [8]

Важко говорити про ринок легкових автомобілів не знаючи його структуру, а щоб дізнатись про неї потрібно визначити основні складові елементи ринку.

Основними елементами як і в будь-якій структурі ринку є суб'єкти і об'єкти ринку. Об'єктом автомобільної промисловості є товар – це вся вироблена продукція, яка представлена на ринку, тобто легковий автомобіль. Суб'єкти: покупці , які створюють попит на автомобільному ринку, виробники й продавці, Верховний Уряд країни , який являється основним представником держави.

До суб'єктів вільно відносять домашні господарства, комерційні та державні організації , оскільки вони створюють попит на ринку.

Ринок у світі – це так зване середовище руху готової продукції від продавці до покупця, або кінцевого споживача. Світовий ринок легкових автомобілів представляється такою схемою:

Автовиробник → Імпортер → Диллер → Субдиллер → Експортер  
→ Споживач [1,с.58]

Імпортер- це покупець автомобіля, диллер- це фірма чи окремих підприємств який закупляє товар оптом і продає в роздріб, субдиллери- це агенти які здійснюють посередницькі операції між диллером і покупцем, експортер –це та сторона яка купує і представляє споживачу.

В багатьох країнах здійснюється продаж не тільки нових автомобілів а й б/в. Продаж таких автомобілів може здійснюватись не лише автодиллером а й приватними особами й торговими представниками фірм реалізаторів б/в автомобілів.

В даній системі своє місце мають і автомобілі які надходять не через офіційні канали.

Крім диллерів існують ще й «сірі диллери». Вони діють не законно і здійснюють перепродаж автомобіля певної марки не маючи на нього ніяких підписаних договорів з представниками компанії.

Виробники окрім готового автомобіля можуть пропонувати різні послуги : страхування, кредитування, установка протиугінних систем, продаж палива та мастил тощо.

Відомо що на всіх ринках є так звані товари – замітники, тож ринок легкових автомобілів не буде винятком. Замінником виступає транспорт загального користування. Автомобіль має свої переваги по зручності , але як каже більшість споживачів : « Транспорт загального користування економніший». Деякі дослідники стверджують що велосипеди можуть теж вільно конкурувати з автомобілями.

Отже, автомобіль після перетворення з предмету розкоші на предмет споживання набуває великого попиту , що змушує відповідно і збільшити пропозицію ( пропонувати автомобілі кращої якості, ціни та пропонувати нові типи) . Ринок легкових автомобілів створений з метою задоволення потреб покупців і продавців . Кожен може обрати автомобіль будь-якого виду , стану й способу здійснення покупки в залежності від того для чого буде призначатись їх автомобіль.

## **2. Світовий ринок майнових авто: загальної тенденції.**

Станом на 2015 рік світові продажі легкових автомобілів досягли обсягів близько 75 мільйонів одиниць. Глобально, Китай є найбільшим автомобільним ринком з точки зору і попиту, і пропозиції. У 2015 році він виготовив понад 20 мільйонів легкових авто. За прогнозами дослідників вже у 2020 році очікується, що виробництво машин Китаю становитиме близько 35 мільйонів одиниць, адже, враховуючи кількість населення, ринок легкових автомобілів країни має дуже великий потенціал. Менш ніж за 15 років Китайська Народна Республіка налічуватиме на своїх дорогах близько 200 мільйонів машин, але загальний обсяг становитиме менше, ніж одне авто на особу [1, с. 46].

Сьогодні наступним за обсягами виробництва серед світових ринків легкових автомобілів після Китаю є Сполучені Штати Америки. Минулого року США виготовили більш ніж 17 мільйонів авто, майже 7 мільйонів з яких пішли на експорт. Автомобільний ринок США досяг одного з провідних місць у 1990-х роках, коли основна американська марка Ford представила потокове виробництво для масового виготовлення своєї моделі. Сучасна фірма Ford Motor Company, як і 20 років тому, входить в рейтинг провідних світових автовиробників, зокрема своєю найпопулярнішою моделлю легкових машин Ford Focus, яка в 2016 році ввійшла в п'ятірку кращих і найбільш продаваних авто у всьому світі. Цікавим фактом є те, що станом на 2016 рік у Сполучених Штатах Америки на 1000 жителів налічувалось близько 850 автомобілів. Це означає, що у США тільки діти, які не досягли віку 16 років, сьогодні не мають власного авто [13].

За рівнем прибутковості у 2016 році списки великих автовиробників очолили такі марки машин як General Motors, Toyota і Volkswagen. Зокрема Toyota на сьогоднішній день оцінюється як автомобільний бренд найвищої 14 вартості. Японський автовиробник Toyota Motor Corporation є багатонаціональною компанією та найбільшим у світі по величині виробником автомобілів. У 2015 році вона мала 11 % від загальної частки автовиробництва, продавши близько 10 мільйонів легкових транспортних засобів.



Європейський Союз також показав високі обсяги прибутків. З січня по грудень 2016 року він виготовив майже 15 мільйонів легкових авто. За ним провідні позиції займають такі країни як Японія (близько 4 мільйони), Індія (майже 3 мільйони автомобілів) Бразилія (близько 2 мільйонів) та Росія (майже 1,5 мільйони легкових авто).

Згідно даних інформаційної інтернет-групи Атлас економічної складності (The Atlas of economic complexity) за 2016 рік сьогодні на світовому ринку легкових автомобілів до списку десяти найбільших автовиробників входять фірми чотирьох японських марок – Toyota, Nissan, Honda і Suzuki, німецький бренд Volkswagen Group, дві американські марки – General Motors та Ford, Hyundai Motor Group Південної Кореї, а також італійська марка Fiat та французька – Renault.

Проте, щоб ефективно дослідити сучасний стан світового автомобільного ринку, на нашу думку, необхідно розпочати з післякризових років. Згідно даних досліджень світового ринку легкових автомобілів тільки у 2012 році автомобільна промисловість оговталася від економічної кризи 2008-2009 років. Прибутки промислових підприємств у 2012 (54 млрд. євро) були значно вищі, ніж у докризовому 2007 році (41 млрд. євро). Більш того, майбутні прогнози доходів автомобільного сегменту світового ринку є досить позитивними. До 2020 року глобальні доходи можуть збільшитися ще на 25 мільярдів євро, а саме до 79 мільярдів. Проте, як стверджує основна виробничо-торгівельна група легкових автомобілів Auto Alliance, дані переваги не будуть розподілені однаково географічно або між всіма типами автомобілів. Замість цього, деякі 16 регіони і сегменти будуть мати набагато вищі показники доходів з виробництва і продажу легкових транспортних засобів, ніж інші.

Важливою особливістю сучасного стану автомобільного ринку є те, що тільки за останні кілька десятиліть глибоко змістилось джерело його прибутку. У 2007 році 30 % світових доходів або 12 мільярдів євро припадало країнам групи BRIC – Бразилії, Росії, Індії та Китаю. У 2014 році ця частка значно зросла майже до 62 %, а саме до 31 мільярдів євро. Варто зазначити, що більше половини цього зростання прийшло саме з Китаю – 18 мільярдів євро.

Європа ж пішла в іншому напрямку: станом на 2007 рік її автомобільна промисловість принесла прибуток у розмірі 15 мільярдів євро. Але вже у 2012 році ця цифра зменшилась на 1 мільярд. Дослідники називають дві основні причини таких втрат. Першою є той факт, що за даний період часу значно зменшилась кількість реєстрацій авто в європейських країнах, а саме – на 4 мільйони одиниць. Тобто переважна більшість населення Європи сьогодні купляють бувші у використанні авто. Це призвело до того, що показники реалізації нових машин опустились до рівня 1990-х років. Ще однією важливою причиною такого спаду, як стверджують дослідники, є надлишкові потужності, які характеризуються запеклою конкуренцією сильних європейських автовиробників в управлінні цінами на ринку, що призводить до зменшення обсягів продажу та втрати прибутків зокрема.

Внаслідок світової економічної кризи 2008-2009 років ринки легкових автомобілів Японії та Південної Кореї також сильно постраждали. Лише у 2012 році обидві країни побачили перші прибутки після кризових років. Ринок Японії характеризувався високими показниками виробництва та експорту легкових автомобілів. Зокрема у 2015 році було виготовлено близько 10 мільйонів авто. Варто зауважити, що даний обсяг був розподілений між світом та вітчизняним ринком країни. Проте цій тенденції не вдалось зберегтись більше ніж 2 роки. Закінчення державної програми купівлі автомобіля із субсидією призвело до спаду попиту на ринку, що було наслідком і зниження 17 пропозиції. На сьогоднішній день прогнози фахівців негативні і направлені на подальший спад активності ринку легкових автомобілів Японії.

Щодо Північної Америки та США зокрема, показники її автомобільної промисловості сьогодні на високому рівні. З кризового 2007 року до 2012 прибуток з реалізації готових легкових авто збільшився з 9 до 23 мільярдів євро. А обсяг продажів станом на 2016 рік досяг цифри 17 мільйонів одиниць машин. Результатом таких позитивних зрушень, на нашу думку, є витрати основних виробничих фондів на посилення рентабельності товару ринку [15].

За даними прогнозу інформаційно-аналітичної групи світового ринку легкових автомобілів Auto Consulting до 2020-го року рушійною силою автопромисловості у світі буде Китай [18]. Більш того, лідерам ринку – країнам групи БРІК сьогодні відносять 60 % загальної кількості готових авто, проте менш ніж за 15 років їхні прибутки виростуть втричі.

Переважає більшість передбачуваних додаткових доходів (25 мільярдів євро) буде надходити зі стійкого зростання продажів (за оцінками 3,8 % в рік). Проте, джерела цих доходів будуть неоднозначними. Дослідження консалтингової компанії McKinsey and Company показує, що прибуток Китаю буде становити трохи більше половини – 13 мільярдів євро [12]. Інші країни БРІК – Бразилія, Росія та Індія – додадуть близько 6 мільярдів євро. Щодо економічно розвинених ринків легкових авто, швидше за все, вони принесуть тільки 4 мільярди євро додаткового прибутку, і те – переважно країни Північної Америки

### 3. Аналіз розвитку ринку легкових автомобілів в Україні.

Через неефективну використання наявних ресурсів автомобілебудівна галузь має специфічний характер. Причиною неефективного використання в першу чергу є застарілі технології та обладнання для виготовлення авто.

Специфіка ринку легкових автомобілів в Україні полягає в наступному:

1. Пряма залежність від купівельної спроможності споживачів.
2. Сезонність.
3. Нестабільне законодавство й оподаткування.
4. Наявність послуг банківського сектора

Характерними особливостями є:

1. Автомобільний ринок України є один із важкопланових за обсягом реалізації.
2. Протилежне співвідношення прибутковості компаній від продажів автомобілів, яке в Україні становить 80 % .

Протягом останніх декількох років галузь виробництва легкових автомобілів переживає кризу, проте 2017 рік обіцяє бути роком зростання.

**Таблиця 2.1.**

**Виробництво легкових автомобілів в Україні в розрізі виробників,  
тис.шт. [8]**

	2010	2015	2018
ПАТ «ЗАЗ»	12,8	3,7	1,9
Корпорація «Богдан»	2,0	-	-
ТОВ «ВО» «КрАСЗ»	7,5	-	-
ПрАТ «Єврокард»	3,6	2,0	0,004

Самостійно розроблено автором на основі джерела [6]

У 2016 році показники виробництва були ще гіршими, ніж за попередній рік, скоротившись з 2914 до 1903 легкових автомобілів з яких 1889 було вироблено ПрАТ «Єврокард» (Офіційним дистриб'ютором автомобіля SKODA в Україні), а ще 4 авто – ПАТ «ЗАЗ». Тобто можна сказати що виробництвом автомобілів займалось лише 2 компанії, а у 2014 їх ще налічувалось 4. (Таблиця 2.1).

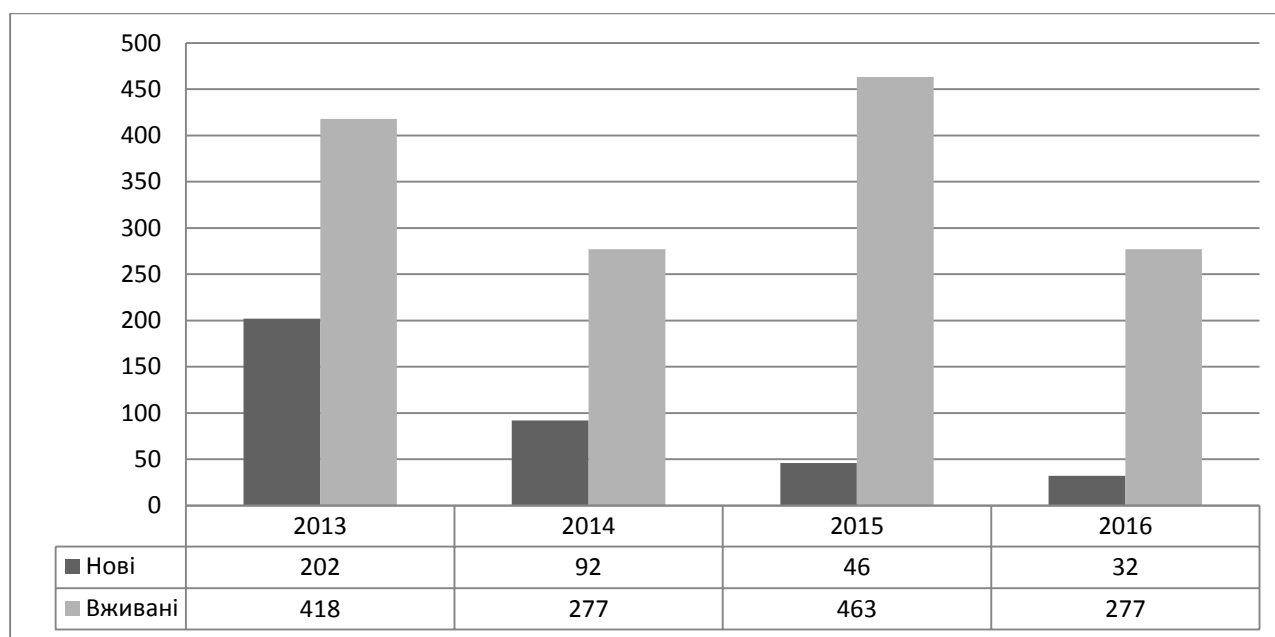
Через різку інфляцію і девальвацію національної валюти в Україні знизилась купівельна спроможність населення.

Зниження купівельної спроможності призвело й до змін у структурі ринку. З 2013 – 2015рр. щорічна реалізація нових легкових автомобілів різко скоротилась з 202 тис. до 46 тис.шт., тобто на 156 тис.шт.( на 77%). Ринок вживаних автомобілів теж мав не стабільне становище. Спочатку продажі знизились з 418 тис.шт. у 2013р. до 277 у 2014р., а потім стрімко зросли до 463 тис.шт у 2015р. (на 67%).

Після певної стабілізації в 2016 році спостерігались не значні зростання ( на 9 тис.шт.) обсягів реалізації нових легкових автомобілів за 2016 рік у порівнянні з 2015р. Протягом зазначеного періоду відбувалися зміни і на ринку вживаного авто. (Рисунок 2.)

**Рисунок 2.**

**Обсяг реалізації легкових автомобілів в Україні, тис.од. [4]**



Самостійно розроблено автором на основі джерела [6]

У 2017 році на авторинку спостерігається зростання. Українці у порівнянні з 2016р. придбали нових автомобілів на 36% більше. На поживлення таких продажів вплинули: економічна та політична стабілізація, збільшення доходів і відновлення авто кредитування.

У поточному року було куплено 5185 б/в машин. Найпопулярнішими брендами б/в автомобілів стали: Volkswagen – 934 авто, а друге місце зайняв Renault – 922, третє – Skoda (611), четверте – Opel (381). На п'ятому місці знаходиться Nissan (246), шосте – BMW, що відстає на один автомобіль від 5 сходинки. Наступні місця належать: Ford (235), Mercedes-Benz (213), Toyota (171), Audi (169). (Таблиця 2.2)

**Таблиця 2.2.**

**ТОП – 10 найпопулярніших б/в брендів[9]**

Volkswagen	934
Renault	922
Skoda	611
Opel	381
Nissan	246
BMW	245
Ford	235
Mercedes-Benz	213
Toyota	171
Audi	169

Самостійно розроблено автором на основі джерела [6]

Таблиця 2.3.

## ТОП-10 зареєстрованих автомобілів вересень 2016р. - вересень 2017р.[4]

№	Марка	Вересень 2016	Вересень 2017
1.	TOYOTA	850	1144
2.	VOLKSWAGEN	287	757
3.	RENAULT	518	712
4.	SKODA	325	594
5.	KIA	422	460
6.	NISSAN	314	441
7.	HYUNDAI	374	399
8.	FORD	200	307
9.	MAZDA	232	291
10.	MERCEDES-BENZ	222	276

Самостійно розроблено автором на основі джерела [6]

В 2017 році значно збільшився продаж автомобілів, а ТОП – 10 дещо змінився з вересня 2016р. Перше місце займає Toyota (1144 шт.), як і в попередньому році, але кількість автомобілів на 294 шт. більша. Друге – Volkswagen (757 шт.), а в попередньому році це був Renault (518 шт.). Третє

займає Renault (712 шт.), а в попередньому Kia (422 шт.). Четверте – Skoda (594 шт.), що витіснила з цього місця у попередньому році Hyundai (374). П'яте місце українці віддали для Kia (460), а роком раніше Skoda (325). Шосте посідає Nissan (441), сьоме – Hyundai (399), а далі Ford (307), Mazda (291 шт.), Mercedes-Benz (276 шт.).

Отже, Перше – до 2014 року виробників було чотири, а далі виготовленням займались лише два. Проаналізувавши ринок за ці роки можна сказати, що споживачі надавали більшу перевагу вживаному авто, а попит з кожним роком ставав більшим. Також варто зауважити, що ТОП-10 змінювався як серед нових автомобілів , так і серед б/в.



#### **4. Проблеми розвитку ринку легкових автомобілів та перспективи розвитку.**

Ринок легкових автомобілів в Україні характеризується не стабільністю та не прогнозованістю у після кризовий період. Через зниження платоспроможності споживачів і збільшення інфляції змінилась купівельна спроможність населення. Український ринок значно відрізняється від ринків західних країн і США. Українські автомобілебудівні підприємства потребують детального вивчення усіх чинників, які впливають на ринкові тенденції, що впливають на їх діяльність і фінансові результати.

Внутрішній ринок України є не достатньо насиченим і тому має не достатній запас місткості.

В таблиця 3.1 наведено дані Світового Банку, які характеризують кількість автомобілів як в Україні так і за кордоном на 1000 осіб населення.

**Таблиця 3.1**

**Кількість автомобілів на 1000 осіб населення [6]**

№	Назва країни	Авто/1000 осіб
1	Україна	148
2	Росія	233
3	Білорусія	274
4	Угорщина	298
5	Польща	451

Самостійно розроблено автором на основі джерела [12]

Криза 2009 року вплинула негативно на всесвітній ринок галузі, що зумовило скорочення виробництва. Франція та Японія наприклад втратили свої лідерські

позиції, тож і в Україні це викликало важкі часи. Сприятливим періодом для України був 2003 – 2009 рік, це пояснюється піднесенням економічного становища, за рахунок недовготривалої політичної стабільності, що певною мірою посприяла налагодженню міжнародної співпраці. Попри те, що Україна не підіймалась вище 35 місця серед 40 держав-автовиробників, позитивним для розвитку було незаповненість ринку, про що свідчить величина їх імпорту й експорту. Далі спостерігались значні проблеми на ринку автомобілів і лише зараз у 2017 році ми спостерігаємо значний ріст ринку.

Варто також зауважити, що введення закону про збільшення митного оподаткування на ввезення імпортованих автомобілів сприятиме вітчизняному виробництву.

Машинобудівна промисловість в нашій країні є однією з базових галузей національної економіки. У глобальному значенні транспорт покликаний захищати економічні інтереси своєї країни та підвищувати рівень життя. Говорячи про світовий ринок легкових автомобілів ми не можемо оминати український авто ринок.

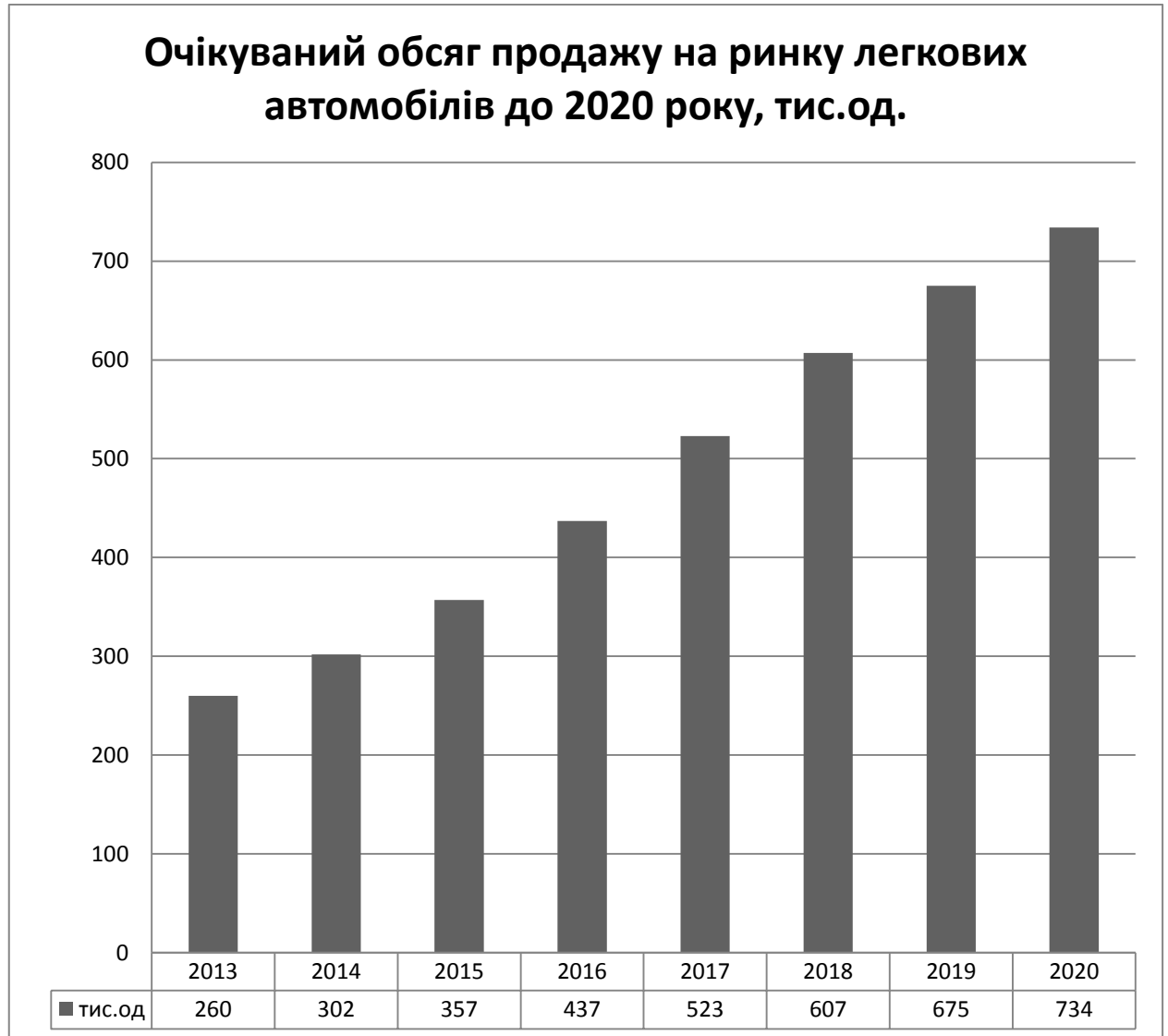
У 2005 році Кабінет Міністрів України ухвалив «Транспортну стратегію до 2020 року». Ця стратегія визначала основні проблеми машинобудівної промисловості та ринку легкових автомобілів, а також пропонувала ідеї щодо їх подолання, що призвело б до процвітання даної галузі. Відповідно до концепції 70% річної доданої вартості України становить виготовлення легкового транспорту. Таке виробництво формує попит на продукцію суміжних галузей (виробництво хімічних товарів, скла, гуми, металу тощо).

Основними проблемами українського виробництва легкових автомобілів є:

1. Основні виробничі фонди мають високий рівень зношеності, а їх оновлення недостатнє і несвоєчасне.
2. Виробництво авто та функціонування ринку легкових автомобілів не використовує на повну наявний потенціал держави.
3. Для розвитку інноваційної бази не залучено достатньої кількості інвестицій.

4. З боку держави обмежені ресурси і це зменшує можливий рівень амортизаційних відрахувань.

Подолавши ці проблеми до 2020 року обсяг продажу легкових автомобілів буде мати такий вигляд:



Самостійно розроблено автором на основі джерела [12]

Великою проблемою в Україні є якість доріг. Відомо що рівень автомобілізації значно зріс за декілька років . За даними Державної служби статистики на 2016-2017 рік кожен третій має автомобіль, проте не дивлячись на це дорожня інфраструктура можна сказати стоїть на місці. Згідно досліджень 52% доріг не відповідають поставленим вимогам, а 40% взагалі вважають не придатними для тривалого використання.

Програма « Транспортної стратегії до 2020 року» виділяє ще низку проблем. Однією з них є різке зниження виробничої потужності основних фірм автомобільної промисловості, що призвело до спаду виробництва. Не можна не взяти до уваги той факт що основний капітал є позичковим. Усі ці факти свідчать про те , що в кінцевому результаті фірми втрачають свою конкурентноспроможність на своєму ж ринку , а їх місце займають іноземні.

На жаль, усі зазначені проблеми свідчать про неефективність державної політики щодо авто виробництва та ринку легкових автомобілів., відсутність регулювання економічних процесів.

Отже, в нашій країні перспективи розвитку ринку легкових автомобілів залежать від створення ефективного механізму державного регулювання всіх сегментів ринку.

Не дивлячись на невисокі макроекономічні показники ринку легкових автомобілів в Україні та проблеми після кризи, він має перспективи для процвітання. Судячи з останніх показників вітчизняний ринок легкових авто, може бути досить таки привабливим для багатьох автовиробників. Станом на 2016 рік кількість автомобілів на душу населення-200 одиниць на 100 чол., у Європі – 400, а у Італії – 600 одиниць. Вік автомобіля є ще одним важливим показником і в Україні це 14-16 років вітчизняних. Так як розвитку набув вторинний ринок, то можна сказати що споживачі надають перевагу відомим автовиробникам не дивлячись на те що автомобілі були. Все більше люди зацікавлюються автомобілями з пробігом, оскільки знизився дохід.

Позитивний розвиток характеризується певними зрушеннями за умов реалізації усіх прийнятих на державному рівні заходів:

1. Здійснення організації виробництва автомобільних комплектуючих окремо від готових легкових авто.
2. Зростання на внутрішньому ринку легкових автомобілів частки вітчизняних авто.

3. Зміна в структурі національної економіки України за допомогою зростання частки прибутків вітчизняної автомобільної промисловості у внутрішньому валовому продукті держави.

4. Розширити модельний ряд виробництва та залучити більш престижні марки та моделі.

5. Змінити позиціонування авто вже існуючого модельного ряду.

Отже, перспективи розвитку реальні, але для цього потрібна ефективна державна політика та відкритість інвестиційної політики країни.

Незважаючи на те, що в народній уяві більше "блях" завозиться з Литви, ця країна займає лише друге місце. Звідти в Україну на 31 січня 2018 було завезено 51,7 тис авто. У той же час безумовним лідером була Польща. В Україну ввезли 110,7 тис авто

на польській реєстрації. На третьому місці - Німеччина, звідки в Україну потрапило 19,8 тис авто з іноземною реєстрацією, а на четвертому - Болгарія з показником 14,1 тис авто. Так скільки "євроблях" зараз знаходиться в Україні? Точної цифри немає. "Євробляхи" важко порахувати, оскільки певна кількість транзитних "блях" конвертуються в авто, які знаходяться в режимі "тимчасового ввезення".

## Висновки

Після дослідження ринку легкових автомобілів в Україні та світі можна зробити ряд висновків. По-перше, автомобільна промисловість є однією з головних сегментів світової економічної системи та зокрема економіки більшості держав.

Легкове авто – це транспортний засіб, основною функцією якого є пасажирські перевезення із забезпеченням комфорту й безпеки.

З початку це були предмети розкоші і дозволити собі купити його могло обмежене коло осіб.

Автомобілі є товарами тимчасового користування і тому на них є великий попит. На ринку легкових автомобілів можна придбати як новий так і бувший автомобіль. Продаж таких автомобілів здійснюється автодиллером, а може й торговим представником фірми реалізаторів бувших авто.

Через те, що неефективно використовуються наявні ресурси, галузь автомобілебудування має дещо специфічний характер. Ринок легкових автомобілів залежить від купівельної спроможності населення, сезонності, наявних послуг банківського сервісу. Одним з важкопланових ринків за обсягом реалізації є ринок легкових автомобілів саме в Україні.

Виробництвом автомобілів в Україні займалось чотири виробники: ПАТ «ЗАЗ», Корпорація «Богдан», ТОВ «ВО» «КрАСЗ», ПрАТ «Єврокард». З 2015 року цим займається лише перший та останній виробники. У 2016 році виробництво було ще гірше ніж в попередні роки після кризового періоду. Через зростання інфляції купівельна спроможність значно зменшилась.

Переважно більшість авто експортується з-за кордону, а це негативно впливає на платіжний баланс нашої держави.

В 2017 році продаж автомобілів збільшився. У порівнянні з 2016 роком було куплено на 36% авто більше і на це вплинуло: збільшення доходів споживача, відновлення авто кредитування, політична та економічна стабілізація. В основному купується Toyota. В Україні кожен третій має автомобіль.

Стосовно проблем і перспектив автомобільного ринку можна говорити довго, оскільки недоліків набагато більше ніж здається.

Проблема українського виробництва в тому, що матеріал для виготовлення запозичений, не використовується повністю наявний державний капітал, недостатня кількість інвестицій. Однією з головних проблем є жахлива якість доріг, які майже не придатні для використання.

Стосовно перспектив, варто зауважити що все не настільки погано як здається, потрібно просто звернути увагу на деякі заходи щодо покращення ринку легкових автомобілів.

## Список використаної літератури

1. Антонюк О.І. Автотранспорт: суть та структура // Ділова Швейцарія. – 2009. – № 3. – С. 57-58.
2. Асоціація авто- виробників України «УкрАвтопром» [ електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ukrautoprom.com.ua/statistika>.
3. Безверхий А. Маркетинговий огляд ринку в Україні / А. Безверхий // Експерт. – 2008. – № 5. – С. 12-17.
4. Горин М.Ф. З історії кон'юктурних економічних досліджень в Україні / Історія народного господарства та народної думки України. – 2014. – № 15 – С. 181-187.
5. Джерело про “Євробляхи”:<http://auto.bigmir.net/autonews/autoworld/1602684-Evrobljahi--v-cifrah--Chto-izvestno-ob-avto-na-evronomerah>.
6. Мовчаренко, В. В. Аналіз ринку легкових автомобілів України / В. В. Мовчаренко, В. В. Гливенко // Науковий вісник ЧДІЕУ. Серія 1 : Економіка. - 2010. - № 3 (11). - С. 176-179.
7. Офіційний сайт НБУ [Електронний ресурс]
8. Прохницька Г.Л. Система кон'юктурних параметри українського ринку легкових автомобілів 2012-2015 рр. / Г.Л. Прохницька // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – 2016 р. – № 55 – С. 220-226.
9. Статистичні дані Auto-consulting [електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.autoconsulting.com.ua>.
10. Торгівельна група ринку легкових автомобілів Auto Alliance [електронний ресурс]. Режим доступу до статті: <https://autoalliance.org>.
11. У 2017 році авторинок чекає зростання: чи стануть автомобілі дешевше [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://odnako.su/news/finance/-557881-v-2017-godu-avtorynok-zhdet-roststanut-li-avtomobili-deshevle>.
12. Юринець О.В. Тенденції та перспективи розвитку автопромисловості у світі / О.В. Юринець, О.Я. Марущак // Вісник ТНЕУ. Проблеми економіки та управління. – 2011. – № 12 – С. 99-105.