

Тернопільський Національний Економічний Університет
Навчально-науковий інститут міжнародних економічних відносин
ім. Б. Д. Гаврилишина
Кафедра Економічної Теорії

МІЖДИСЦИПЛІНАРНА КУРСОВА РОБОТА

на тему:

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

Студента 2 курсу групи МУН-21
Стаюри Максима Володимировича

Керівник к.е.н., доцент Новак Ю.Р.

Національна шкала _____

Кількість балів _____ Оцінка: ECTS _____

Члени комісії _____

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

(підпис) (прізвище та ініціали)

Тернопіль-2017

План:

Вступ

- 1.Сутність ринку легкових автомобілів в Україні та світі;
- 2.Порівняльна характеристика українського та світового ринку легкових автомобілів;
3. Аналіз сучасного стану ринку легкових автомобілів;
4. Перспективи розвитку ринку легкових автомобілів;

Висновки

Зміст

Вступ.....	4
1. Сутність ринку легкових автомобілів в Україні та світі.....	6
2. Порівняльна характеристика українського та світового ринку легкових автомобілів	10
3. Аналіз сучасного стану ринку легкових автомобілів	12
4. Перспективи розвитку ринку легкових автомобілів.....	18
Висновки.....	21
Список використаної літератури.....	22

Вступ

Ринок легкових автомобілів являється основою світової економіки. В світі виробляється майже 82млн. легкових автомобілів, на суму приблизно 2 трильйони доларів США, враховуючи суміжні галузі це майже 5% ВВП всього світу. Автомобільна промисловість це одно із не багатьох галузей світової економіки яка показує постійну тенденцію зростання та стимулює розвиток економіки. Глобальний ринок автомобілів показав 30% зростання за останні 15 років. Можна припустити, що якби автомобільна галузь була окремою державою, то вона була шостою в світі за економічною силою країною. Як одна з найбільш розвинених галузей світового господарства автомобільна промисловість потребує залучення трудових ресурсів. На даний момент вона включає в себе більше 9 мільйонів чоловік. Це більше ніж 5% всього зайнятого населення в промисловості. Існує статистика в якій вказано, що кожне робоче місце в автомобільній промисловості стимулюють до створення ще 5 робочих місць в суміжних галузях, а це більше ніж 50 мільйонів робочих місць на яких працює населення зі всього світу.

Цей ринок характеризується жорсткою конкуренцією яка виникає в наслідок зростання кількості країн, які організовують виробництво автомобілів, формування міжнародних автомобільних альянсів. Тому уряд для розвитку цієї сфери повинен в першу чергу ставити для себе завдання у створенні сприятливих умов, для організації або збільшення обсягів виробництва вітчизняних легкових автомобілів, контроль за сплатою мита на ввезення авто з інших країн.

Автомобільна індустрія вкладає чимало коштів в розвиток технологій, які потім використовують в інших сферах. Зараз багато людей не уявляють свого життя та роботи без автомобіля. Це унікальний продукт який здатний задовільнити майже всі потреби власника.

Метою роботи аналіз українського та світового авторинків, дослідження методів державного регулювання ринком легкових автомобілів в світі та Україні.

Об'єктом дослідження являється ринок легкових автомобілів в світі та Україні

Предметом дослідження є економічні відносини які виникають в процесі взаємодії усіх суб'єктів економіки, функціонування автомобільного ринку України та світу.

Методи дослідження у процесі дослідження використовувалися такі методи дослідження як системний підхід, методи емпіричного і теоретичного аналізу,

дослідження та аналіз, динамічних показників , графічних зображень , методи формалізації та узагальнення.

Теоретико-методологічна база дослідження є діалектичний метод пізнання, метод теоретико-емпіричного аналізу, метод порівняння макроекономічних показників та системний підхід до вивчення економічних процесів та сукупності фінансово-економічних відносин, що виникають із приводу надання та одержання, страхового захисту, порівняльні економічно-правові аналітичні дослідження.

1. Сутність ринку легкових автомобілів в Україні та світі

Найбільшою мірою розвиненість країни характеризують дві галузі: автомобілебудування та літакобудування. У багатьох країнах автомобілебудування є стратегічним сектором економіки, знаходиться на передньому краю розвитку технологій, що поряд із суміжними й допоміжними галузями являє собою значну частку національної промисловості, забезпечуючи велику кількість робочих місць та більшу додану вартість. Інновації, що впроваджуються в автомобільній промисловості, неминуче змушують і інші галузі вдосконалювати свої виробництва. Унаслідок того, що таких галузей досить багато, відбувається піднесення усієї промисловості, а отже, й економіки загалом. Тому дану галузь правомірно вважають локомотивом економіки країни.

Моторизація населення є постійним явищем, що у свою чергу приводить до стабільного зростання цієї галузі світової економіки. Моторизація у свою чергу – це кількість автомобілів на 1000 чоловік (табл 1). Якщо врахувати світову тенденцію що до збільшення доходів населення, зменшення цін на автомобілі, розвиток технологій, також потрібно врахувати доступність до володіння автомобілем в низько розвинених країнах Африки та Азії можна прогнозувати стабільне зростання світового Ринку легкових автомобілів на 35 років в перед.

Рік	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Моторизація авто на 1000 жителів	148	151	159	162	164	170	176	180	183

Моторизація авто на 1000 жителів Таблица 1

Потрібно розуміти, що моторизація населення весь час зростає, і на далі буде розвиватись так як середній світовий показник моторизації 183, у той час як в країнах з високо розвинутою економікою наприклад США 797. Але потрібно врахувати, що автомобіль це не продукт першої необхідності і при любых нестабільних ситуаціях або кризових явищах, попит на даний продукт падає.

Продаж автомобілів має великий вплив на економіку світового ВВП, будь-які негативні або позитивні зміни в розвитку даної сфери мають безпосередній вплив на розвиток світової економіки. Саме тому, на державному рівні більшість країн намагаються розвивати та підтримувати цей ринок на найвищому рівні.

Сучасний світовий автомобільний ринок існує в умовах надлишкової пропозиції, зменшеного попиту і жорсткої конкуренції між виробниками.

Така ситуація змушує автомобілебудівні компанії, які бажають займати гідні позиції на світовому ринку, йти шляхом об'єднання, концентрації і значного скорочення витрат. В кризовий для автомобільної промисловості час 2008-09 років, провідні держави розуміли що падіння ринку легкових автомобілів приведе до серйозного спаду економіки, і намагались врятувати великі автомобільні корпорації надаючи їм кредити, стимулюючи населення до купівлі нових автомобілів різноманітними заохоченнями, встановленням плати за утилізацію, покриттю кредитних відсотків та ін. Як приклад можна навести корпорацію General Motors та Chrysler, які отримали кредит в розмірі 80 млрд. доларів від американського уряду, що дозволило їм втриматись на ринку та продовжити своє існування. В результаті вони зберегли більше ніж 1,7млн робочих місць і надходження в бюджет від податків цих корпорацій склали більше ніж 105 млрд. доларів США.

З розвитком комп'ютерних технологій зростає вплив Інтернету на розвиток автомобільного ринку. Багато людей користуються Інтернетом для купівлі-продажу вживаних автомобілів. Торгівля новими автомобілями через Інтернет поки що незначна навіть у розвинених країнах

Наприкінці XX століття трійку лідерів на світовому автомобільному ринку складали General Motors, Ford, Chrysler, а на початку XXI ст. їх позиції вперше були потіснені японськими автовиробниками Toyota, Nissan, Honda, Mitsubishi

Зазначимо, якщо в 1998 році світове виробництво автомобілів становило 53 млн. одиниць, у 2000 році – 58,4 млн. од., то напередодні світової фінансово-економічної кризи в 2007 році – 73,3 млн. од. У 2009 році воно зменшилося порівняно з попереднім роком на 12,4% і становило 61,8 млн. од. В 2010 році світова автомобільна промисловість почала виходити з глобальної рецесії – виробництво автомобілів збільшилося порівняно з 2009 роком на 25,8% та сягнуло 77,8 млн. од. Світове виробництво автомобілів у 2015 році становило 89,7 млн. од., що на 2,6% більше показника, досягнутого в 2014 році й на 45,2% перевищує рівень 2009 року.

Першою особливістю світового автомобільного ринку в сучасних умовах є його уніфікація та «китаїзація» заради зниження ціни. За умов скорочення попиту виробники змушені думати над тим, щоб максимально знизити ціну на автомобілі без шкоди для якості (норми безпеки при ДТП і жорсткі екологічні норми діють в усьому світі). Перш за все, для досягнення зазначеної цілі – уніфікація автомобілів, що призводить до економії на розробці та виробництві комплектуючих. Так, звичайним явищем стало, коли на одній базі здійснюється випуск до 30 моделей абсолютно різних автомобілів. І якщо раніше так чинили всередині одного концерну (наприклад, моделі Renault та Nissan багато в чому повторюють один одного, а Audi всередині дуже важко відрізнити від Skoda та

Volkswagen), то зараз звичайним явищем є навіть співробітництво між конкурентами. Заради зниження ціни сьогодні здійснюється перенесення виробництва у Китай, де вже сьогодні працюють 23 великих спільних підприємства. Незважаючи на падіння продажів на китайському ринку, місцеві виробники продовжують розвиватись і навіть купувати європейські компанії (заради технологій та патентів). Так, китайська промгрупа BAIC Motors Corp здійснює переговори про купівлю частки у Daimler AG, лише підвищивши вартість акцій німецького концерну.

Другою особливістю світового автомобільного ринку є те, що в останні роки на його розвиток впливають технологічні інновації у розробці силових агрегатів автомобілів. У зв'язку з подорожчанням пального для автомобілів та забрудненням навколишнього природного середовища споживачі хочуть купувати більш економічні автомобілі. Свою роль у цьому відіграють і уряди, встановлюючи все більш жорсткі екологічні норми на викиди шкідливих речовин автомобілями. Багато компаній уже продають на ринку автомобілі з гібридними паливно-електричними двигунами. Серед них: Toyota, Lexus, Volkswagen, Honda.

Розробляються автомобілі виключно на електричній енергії яким прогнозують небувалий успіх, та багато експертів вважають що в найблищі 10-15 років вони повинстю витіснять паливі двигуни з ринку. Така крупна компанія як Tesla Motors проводить багато маркетингових ходів за для приваблення уваги з боку автомобілістів. Вони встановлюють абсолютно безкоштовні заправні станції де ви можете підзарядити свій автомобіль не витративши ні копійки. Так звичайно цей ринок знаходиться в стані розвитку і для цього потрібен час, але потрібно врахувати темпи розвитку. Нова модель Tesla Model X нічим не відстає від сучасних автомобілів ні по динаміці розгону, ні по комфортним характеристикам. На ринку США електромобілі вже зайняли своє місце і успішно розвиваються. Багато високорозвинених країн стимулюють свої громадян до купівлі електрокара. Так наприклад в Німеччині уряд повертає 3000євро при купівлі електромобіля. Тому ми можемо вважати, що ринок електромобілів є майбутнім світового автомобільного ринку.

На даний момент можна виділити три основних ознаки світового ринку легкових автомобілів:

- Надлишок виробничих потужностей він є обов'язковим адже він допомагає організувати більш гнучке оновлення модельного ряду
- Автомобілебудування завжди тягне за собою великі затрати. Нові жорсткі міжнародні вимоги що до екологічності, витрати пального, захисту навколишнього середовища тягнуть за собою постійні інвестиції в нові модельні ряди, що у свою чергу приводить до збільшення кінцевої

вартості на авто і робить можливим випуск автомобілів лише при мільйонних тиражах.

- Жорстка конкуренція яка змушує невеликі автомобільні компанії припиняти своє існування, або переходити до фінансово стійкіших і потужніших компаній.

Зазначимо, що за останні десять років світовий авторинок збільшився приблизно на третину. За прогнозами світових аналітиків, до 2030 року глобальний автомобільний ринок може збільшитись на 40-45% порівняно з 2015 роком і досягти 125-130 млн. одиниць. При цьому приблизно 75% буде припадати на легкові автомобілі та 25% – на комерційні. Провідну роль буде відігравати Китай, розмір автомобільного ринку якого через 15 років збільшиться до 40 млн. автомобілів. Також суттєво виростуть ринки Індії, Бразилії та ряду азійських країн. Але почне змінюватись якісна структура автомобільного ринку. Автомобілі стануть доступнішими все більшому числу споживачів та з'явиться так звана мода оновлення, коли кожне нове покоління автомобілів володітиме дедалі більшими функціями «гаджета», які буде складно відтворити на попередній моделі.

2. Порівняльна характеристика українського та світового ринку легкових автомобілів

Як ми вже знаємо, ринок легкових автомобілів має великий вплив на економіку країни та в цілому світу. Хоча з іншого боку потрібно врахувати і великий вплив на його стан з боку економічної ситуації країни. В основному купівельна спроможність відіграє чи не найбільшу роль у функціонуванні ринку легкових автомобілів. Тому ми завжди можемо спостерігати за пропорційним падінням купівельної спроможності та кількості проданих автомобілів.

При стабільній економічній ситуації в високорозвинених країнах ми бачимо стрімкий розвиток ринку автомобілів. Наприклад в Європі та США відношення між первинним і вторинним ринками кардинально відрізняється від Українського. Вторинний ринок менш залежний від кредитування та купівельної спроможності людей. Тому в період кризи та занепаду економіки він виходить на перший план, в той час як первинний занепадає.

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

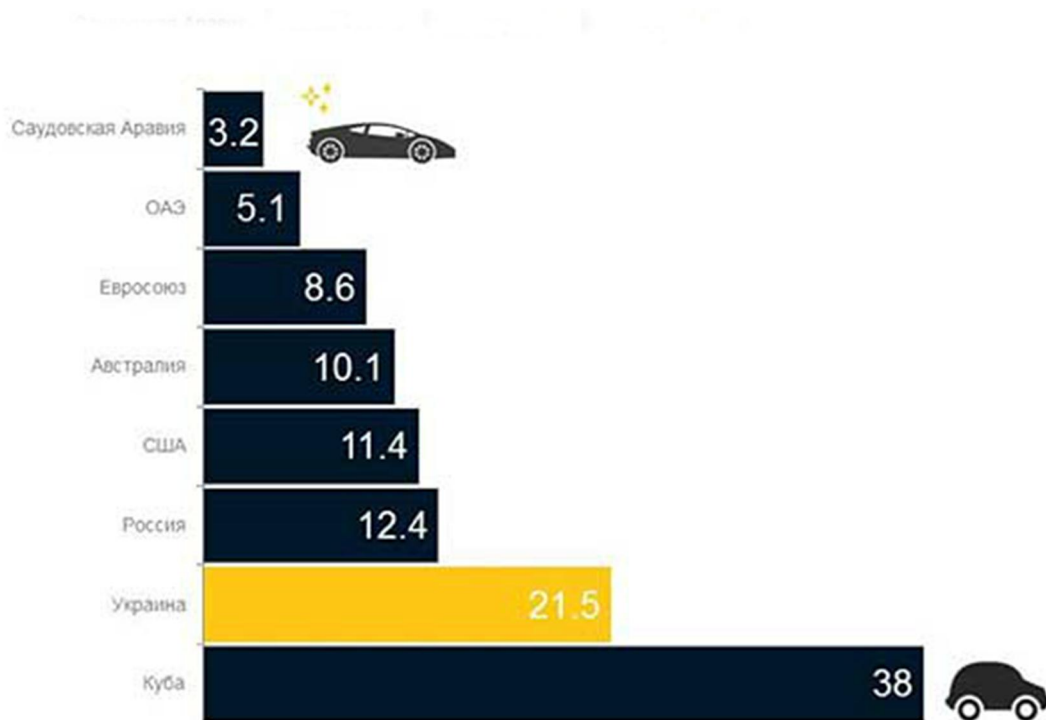
Країни Східної Європи (Чехія, Словаччина) утримали своє виробництво завдяки тому, що автомобілебудування в їхніх державах займає ключову роль в формуванні ВВП. Вони виробляють більше ніж 100 авто на 1000 жителів, що дає їм змогу забезпечувати попит в середині держави, та в повній мірі працювати на експорт.

Український ринок легкових автомобілів являється малорозвиненим і його участь у формуванні національної економіки не суттєвий. Виробництво легкових автомобілів в Україні протягом 2003 – 2008 рр. зросло в 4 рази, досягнувши максимуму в 2008 році – 425,7 тис. одиниць, або 9 автомобілів в перерахунку на 1000 жителів, що значно менше, ніж в східноєвропейських країнах (Чехія та Словаччина). В 2009 році виробництво легкових автомобілів знизилося в 6 разів, до 70,4 тис. одиниць, або 1,5 автомобіля на одну особу. В 2010-2011 рр. виробництво, хоча і збільшилося на 13,5 тис. одиниць, однак залишається на дуже низькому рівні (83,9 тис. одиниць). Значне падіння обсягів виробництва зумовлене низькою конкурентоздатністю сектору, зокрема відсутністю повного циклу виробництва легкових автомобілів,

власної конструкторської школи та перспективних напрацювань, і основна частина виробництва припадає на крупновузлове збирання іноземних автомобілів, з низьким рівнем локалізації (в середньому 15%) та утвореної на території України доданої вартості.

Основною проблемою автомобільного ринку України, є те що український виробник не виробляє ті автомобілі які могли б задовільнити споживача, тому активно розвивається імпорт автомобілів з Європи. ЗАТ “ЗАЗ” - єдине в Україні підприємство, що має повний цикл виробництва легкових автомобілів, який включає штампування, зварювання, фарбування, обладнання кузова і складання автомобіля. В основному саме цим відрізняється український ринок легкових автомобілів від іноземних. Не велика купівельна спроможність змушує велику кількість людей звертатись ро вторинного, а не первинного ринку на якому український виробник програє у всіх параметрах. Тому можна сміло сказати, що ринок легкових автомобілів орієнтований на імпорт, а не на розвиток власного виробництва і заповнення вторинного ринку вітчизняними авто.

Основною відмінністю між ринком легкових автомобілів в Україні та світі є їхній вік. Середній вік авто в Україні 21.5 років, в той час як в США 11.4, а в Європі 8.6, що більш ніж у два рази менше.(рис 1). Це характеризує економічну ситуацію в країні. Ця таблиця найкраще характеризує стан ринку, адже середній вік автомобіля - це той показник який може описати купівельну спроможність жителів країни.



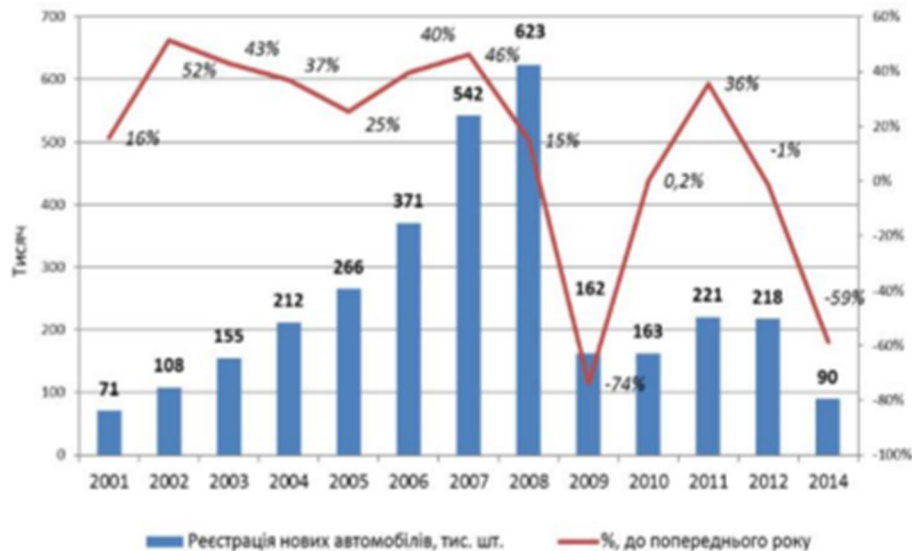
Середній вік автомобіля по країнах

Рис. 1

3. Аналіз сучасного стану ринку легкових автомобілів

На сам перед потрібно поділити ринок легкових автомобілів на первинний та вторинний.

- Первинний ринок легкових автомобілів – це ринок абсолютно нових автомобілів. Починаючи з 2001 року, темп зростання обсягів продажу нових автомобілів становив більше від 30 %. Позитивна динаміка зростання продажів легкових автомобілів протрималася до початку економічної кризи 2008 року, коли ринок був відкинутий до показників 2003 року.



Реєстрація нових автомобілів

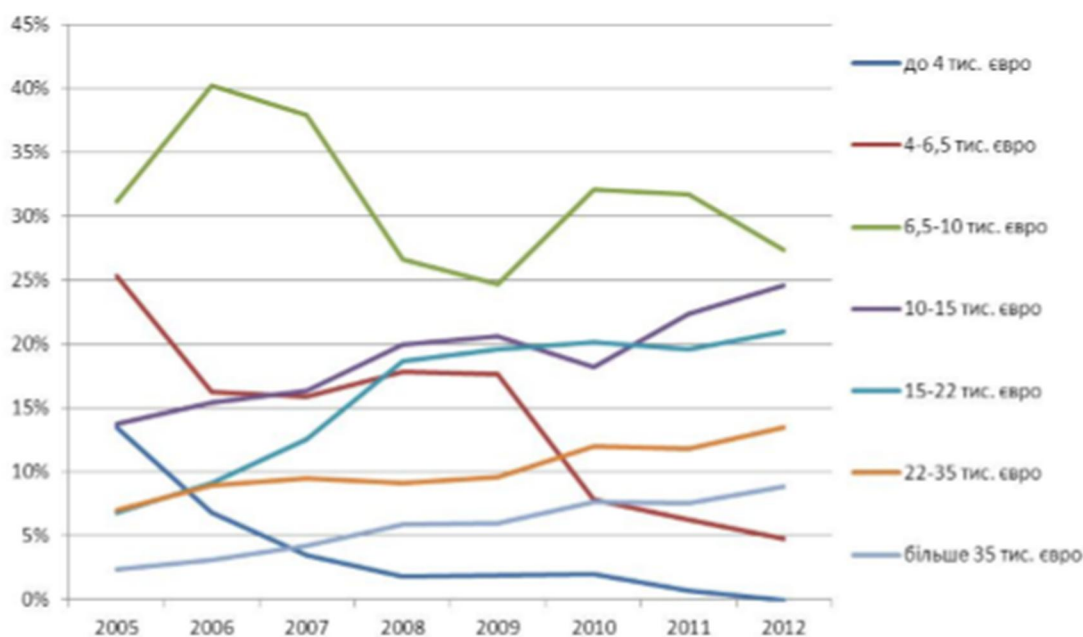
Рис.2

Показники	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Автомобілі, імпортовані з-за кордону (CBU), тис. шт.	54	105	184	246	67	86	144	153
Крупновузлове збирання (SKD), тис. шт.	61	97	174	234	52	36	26	27
CBU + SKD, тис. шт.	115	202	358	480	119	122	169	180
Автомобілі вітчизняного виробництва, тис. одиниць	151	169	184	143	43	41	51	38
Усього, тис. шт.	266	371	542	623	162	163	221	218
Частка іноземних автомобілів, %	43,2	54,5	66,0	77,0	73,3	74,9	76,7	82,7

Розподіл продажу нових автомобілів за їх походженням

Табл 2

Насамперед варто відзначити, що автомобільний ринок після економічної кризи “не поспішає” відновлюватися. Станом на кінець 2016 року обсяги продажу нових автомобілів перебували на рівні, зафіксованому в 2008 році. Крім цього, вже другий рік спостерігається стагнація ринку, зі зниженням обсягів продажу нових автомобілів на 1,5 % . Станом на 2016 рік серед усього обсягу проданих автомобілів майже 82,72 % вироблені іноземними компаніями. Варто зауважити, що спостерігається зміна вподобань споживачів. Так, щороку все більше продається автомобілів високого та середнього цінових сегментів, тоді як продажі автомобілів у низькому ціновому сегменті постійно знижуються

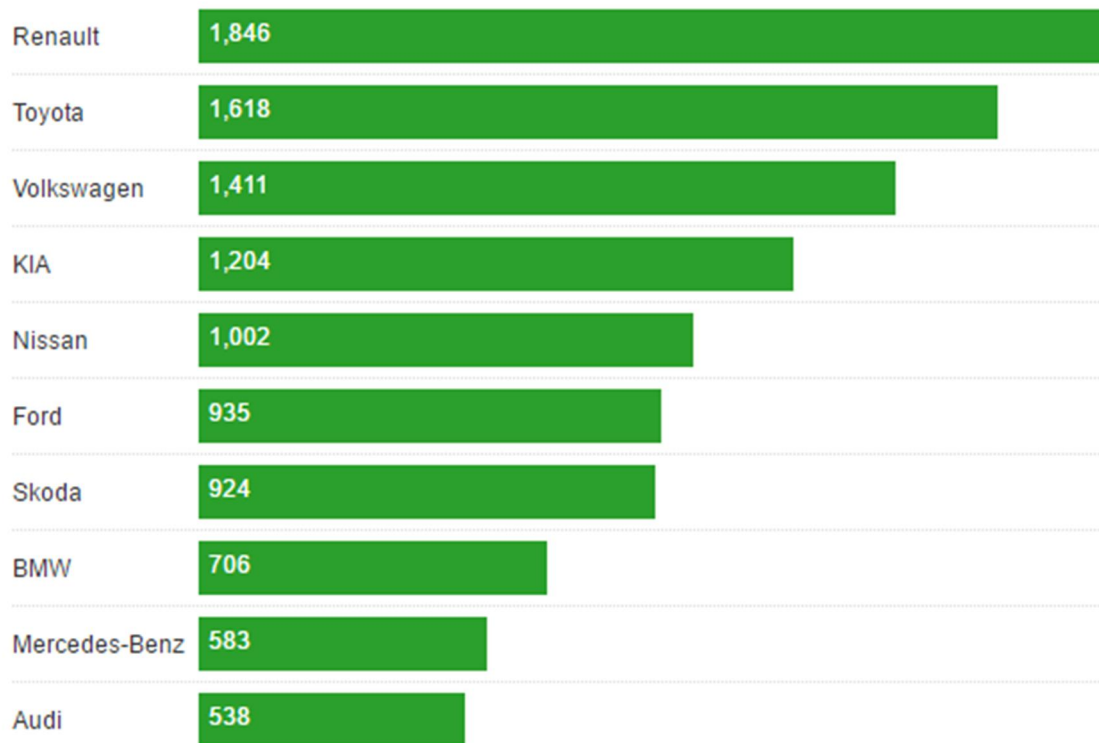


Динаміка продажу автомобілів різних цінових сегментів

Рис. 3

Та слід зазначити позитивну тенденцію на ринку нових легкових автомобілів в Україні. Після кризи останніх років ми бачимо приріст на ринку авто. За перші три місяці 2017 року на українському ринку зареєстровано 17 тис. нових легкових автомобілів.

Цей показник на 38% перевищує результати продажів за перший квартал 2016 року. Основні гравці на цьому ринку пов'язують такий приріст із велечезним 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.



ТОП 10 продаж нових автомобілів за перший квартал 2017 року
Рис.4

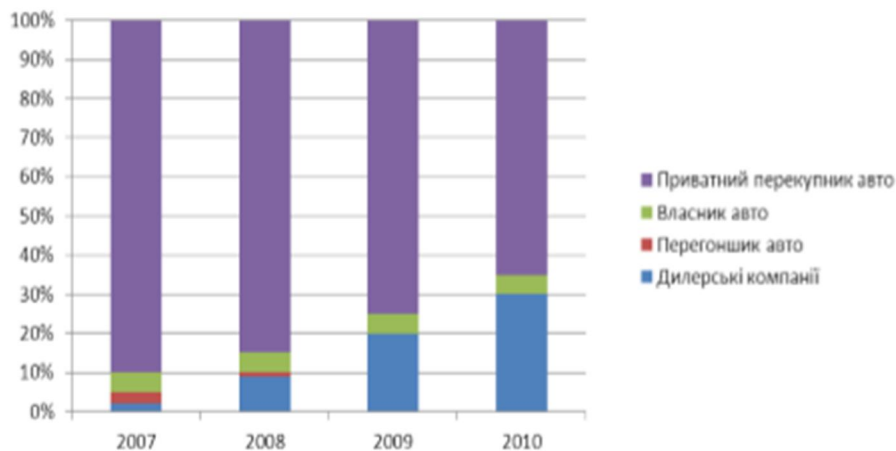
- Вторинний ринок легкових автомобілів – це ринок на якому продаються вживані автомобілі(автомобіль який був куплений з салону першим власником автоматично стає вживаним)

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. Звернемося до вторинного ринку легкових автомобілів України. Зокрема, в Європі та США автодилери на кожен новий автомобіль продають 1,252,0 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 %. 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. Тому споживачі готові купувати автомобілі з пробігом, які коштують значно дешевше від нових. На сьогоднішній день особливістю ринку легкових автомобілів України є значна частка автомобілів із пробігом, кількість яких перевищує 60 % . Причому продажі автомобілів із пробігом, завезених із-за

кордону, не перевищує 1 %, що зумовлено високими митними ставками. Базуючись на даних Асоціації дилерів автомобілів з пробігом, вторинний ринок автомобілів має таку структуру. 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.

Показники ринку	Ринок автомобілів	
	Первинний	вторинний
Обсяг у 2016. Автомобілів	185236	559638
Середня ціна автомобіля, тис. євро	13.3	6-10

Співвідношення первинного та вторинного ринків автомобілів Табл. 3



Структура вторинного ринку автомобілів за типом посередників Рис. 5

Аналізуючи сучасний стан світового автомобільного ринку, слід зазначити, що в географічному розрізі ситуація істотно відрізняється в різних регіонах планети. Країни Азії та Близького Сходу в 2014 році забезпечили 52,8% світових результатів як у виробництві (47,4 млн. од. – зростання 3%), так і 49% в продажах автомобілів (42,6 млн. од. – зростання 6%). Найпотужнішим гравцем не лише в цьому регіоні, а й загалом у світі залишається Китай (7,3% – зростання виробництва і 7,6% продажів автомобілів). Деякі з азійських ринків, навпаки, переживають скорочення виробництва автотранспортних засобів. Зокрема, в Таїланді, Індії та Малайзії обсяги виробництва знизилися відповідно

на 23,5%, 1,5% і 0,8%. Європейські дані (для 28 країн ЄС та 4 країн Європейської асоціації вільної торгівлі ЕФТА: Ісландія, Ліхтенштейн, Норвегія, Швейцарія) усе ще є значно нижчими докризових рівнів, хоча й спостерігається відчутний тренд на відновлення продажів. У 2014 році виробництво в ЄС становило 17 млн. авто – зростання 5% (18,9% світового виробництва), а продажі склали 14,9 млн. од. – зростання 6% (17,1% світових продажів). Виробництво, яке в докризовий період перебувало на рівні 18 млн. авто, поступово відновлюється. Що ж стосується продажів, незважаючи на поживлення в 2014 році, вони ще не досягли докризових обсягів. Для інших країн Європи, включаючи Росію та Туреччину, характерним є як зниження обсягів виробництва, так і продажів. Зокрема, в 2016 році в Росії вироблено 1,9 млн. авто – падіння 13,6%, а продажі зменшилися на 10,3% – до 2,5 млн. од. У Північній Америці (США, Канаді, Мексиці) в 2016 році виробництво автотранспортних засобів навіть перевищило докризовий рівень. Зокрема, було вироблено 17,4 млн. авто (19,4% світового виробництва), а продажі перевищили 19,9 млн. од. (22,9% світових продажів), тобто практично повернулися до попередніх рекордних рівнів. У Центральній та Південній Америці, після кількох років стійкого зростання, спостерігається відчутний спад продажів зменшилися на 11%, що спровокувало падіння у виробництві автомобілів на 17%. Зокрема, в Аргентині падіння продажів автомобілів склало 36%, що зумовило зменшення виробництва на 22%. У Бразилії виробництво автомобілів зменшилося на 15,3%. Виробництво та продажі автомобілів в Африці продовжують своє поступове зростання. Проте, показники все ще виглядають доволі скромно: 0,71 млн. од. вироблених авто – зростання 11% та 1,56 млн. одиниць проданих – зростання 3%. Зокрема, виробництво автотранспортних засобів у Єгипті в 2014 році зменшилося на 30,8%. Динаміку виробництва автомобілів у деяких країнах світу з 2000 по 2014 рік характеризують дані табл.

**12 країн – найбільших виробників автотранспортних засобів
з 2000 по 2014 рік (тис. одиниць)**

Рейтинг у світовому виробництві (2014 р.)	Країна	2000	2010	2011	2012	2013	2014		2014/ 2013, %
							тис. од.	% до загаль- ного обсягу	
1	Китай	2069	18264	18418	19272	22117	23723	26,4	7,3
2	США	12800	7761	8653	10326	11066	11661	13,0	5,4
3	Японія	10140	9625	8398	9943	9630	9775	10,9	1,5
4	Німеччина	5526	5906	6311	5649	5718	5908	6,6	3,5
5	Республіка Корея	3144	4272	4657	4562	4521	4525	5,0	0,1
6	Індія	801	3536	3936	4175	3881	3840	4,3	– 1,5
7	Мексика	1935	2345	2680	3002	3052	3365	3,7	10,2
8	Бразилія	1681	3382	3406	3423	3712	3146	3,5	– 15,3
9	Іспанія	3032	2388	2354	1979	2163	2403	2,7	11,1
10	Канада	2962	2071	2134	2453	2380	2394	2,7	0,6
11	Росія	1202	1403	1988	2233	2175	1887	2,1	– 13,6
12	Таїланд	325	1644	1458	2429	2457	1880	2,1	– 23,5
Разом зазначені країни		45617	62597	64393	69446	72872	74507	83,0	3,6
Інші країни світу		12754	15261	15715	14842	14428	15230	17,0	5,5
Всього у світі		58374	77858	80108	84288	87300	89737	100,0	2,6

Табл.3

Що до ситуації на українському вторинному ринку потрібно зауважити, що Україна накладає митний збір на ввезення яке складається з:

1. **Ввізне мито** Ставка мита на більшість ТЗ, що ввозяться, складає 10% від сумарної митної вартості, за виключенням дизельних автобусів для перевезення більше 10 осіб з двигуном понад 5 л. (ставка 20%), ТЗ з електродвигуном (8%), а також - нових легкових автомобілів з об'ємом більше 3 л. (6%)
2. **Акцизний податок** (збір). Нараховується по різному для різних типів ТЗ. В більшості випадків залежить від віку авто, типу палива, об'єму та потужності двигуна. Нагадаємо, що у березні 2014 року ставки акцизного збору на нові авто були збільшені удвічі, а у 2015 введено ставки і на вантажівки, а на легковики - ще трохи підвищено.
3. **ПДВ**. 20% від суми митної вартості, ввізного мита та акцизного податку.

Зараз на вторинному ринку основна маса автомобілів є ввезеною з країн Європейського союзу. Також потрібно зауважити що у областях які знаходяться на невеликій відстані від кордонів поширено ввезення машин на європейських номерах, що дозволяє їм ухилятися від сплати митного збору. Це дозволяє суттєво економити при покупці авто, а враховуючи фінансову ситуацію в країні це стає все більш актуально.

4. Перспективи розвитку ринку легкових автомобілів

Основним прогнозом розвитку ринку легкових автомобілів є збільшення кількості екологічно чистих моделей. Електрокари розробляють багато відомих автомобільних автоконцернів. Багато компаній вже займаються продажем таких автомобілів, які встигли завоювати серця покупців. В цьому напрямку аналітичні дослідження показують тенденцію до зростання.

На сучасному автомобільному ринку існує декілька важливих факторів, які мають вплив на розробку нових продуктів та виробничо-маркетингову політику корпорацій:

1. Вартість палива (дизель та електроавтомобілі).
 2. Доступ до інтернету та диджиталізація суспільства.
 3. Захист навколишнього середовища.
 4. Безпека.
 5. Перенесення виробництва в низько-затратні регіони.
 6. Використання легких матеріалів для виробництва автомобілів.
-
1. Вартість палива є дуже важливими фактором при виборі автомобіля в сучасному світі. На даний момент переважають дизельні мотори які споживають на 40-50% менше палива чим бензинові та електромобілі у яких витрати на їх заряджання мізерні(близько 5-10грн на 100км)
 2. Доступ до інтернету на перший погляд нічим не пов'язаний з автомобілем але насправді всі передові компанії рухаються у цьому напрямку. Так звана диджиталізація спільства має свої прояви і на ринку легкових автомобілів. Інтернет в автомобілі – це комфорт. Життя сучасної людини на пряму зв'язано з інтернетом, чому б їй немати доступ до нього прямо з автомобіля? Автомобіль стає не тільки джерелом пересування, а і місцем, де людина проводить до 20% свого часу. Тому в автомобілі повинно бути все, для того, щоб людина почувала себе комфортно і зручно. Тому все більше автомобілів обладнаються інтернет-доступом необхідним, як для користування споживачем, так і автомобілем (деяким моделям необхідний Інтернет для обслуговування, навігації, безпеки тощо).
 3. Захист навколишнього середовища – це те чим переймається дуже велика кількість людей. Багато держав вводять норми забруднення вихлопними газами для автомобілів. Також чимало людей при виборі автомобіля звертає увагу на це, саме тут свою перевагу проявляють електрокари.
 4. Безпека дуже важливий фактор при виборі авто. Розвиток автомобілів, на пряму зв'язаний з розвитком безпеки. З кожним роком автомобілі стають більш безпечними і норми до їхньої безпеки стають жорсткішими
 5. В найближчі роки багато крупних концернів буде відкривати свої заводи у низькорозвинених країнах, де набагато дешевша робоча сила. Це приведе до зниження цін на авто і відповідно зростанню попиту.

6. Все більше автомобілебудівництво використовує максимально легкі матеріали для будовання їх авто. В першу чергу це робить їх дешевшими, більш економними, придатними до утилізування.

Станом на 2017 рік першу сходинку у виробництві гібридних і повністю електричних автомобілів є Китай. Після підрахунку виявлено, що у Китаї продали 400 000 автомобілів, а в Сполучених Штатах Америки 150 000. Китайський уряд готує законопроект, який буде зобов'язувати виробників випускати не менше 8% електромобілів, через це більшість електромобілів які їздять в Китаї виготовлені на території Китаю. Японія планує придбати 22000 електромобілів для доставки поштових відправлень.

Тому ми бачимо, що уряди розвинених країн стараються стимулювати розвиток виробництва електрокарів. Та відповідно розвивати ринок, стимулюючи громадян купувати ці екологічно чисті транспортні засоби.

Український ринок починає відроджуватись і планується тенденція до зростання продажу як на вторинному так і на первинному ринку. Україна як і все світ намагається йти в ногу з часом, тому українці починають придивлятися до електромобілів. Ми вже можемо бачити їх на вулицях наших міст. Поки в Україні їх близько 690, але це тільки початок. На даний момент український ринок освоїли Nissan Leaf і Tesla. Прогнозується істотне збільшення таких машин на нашому ринку, це можна пояснити їх простотою, не великою, конкурентною вартістю та головне економічністю.

Необхідно також виділити низку проблем які затримують розвиток ринку легкових автомобілів в Україні, до них можна віднести проблеми:

1. Нестабільна економічна ситуація в країні, яка зменшила платоспроможності громадян, та відповідно зменшила попит на авотомобілі.
2. Відсутність власного виробництва. Враховуючи, що в нас є тільки одна компанія, яка займається повним циклом збору автомобіля і випускає його під своєю маркою і потрібно відзначити, що по багатьом параметрам ці автомобілі не відповідають світовій якості. Можна сказати що більшість громадян схильні до покупки імпортного авто замість вітчизняного.
3. Велике мито на розтаможення автомобіля. Люди не маючи якісного вітчизняного виробника шукають альтернативу за кордоном, але при ввезенні автомобіль на територію України стикаються з проблемою при розмитненні. Тому що сума розмитнення деколи доходить до 40% від вартості автомобіля, що у деяких випадках змушує людей відмовитись від покупки автомобіля.

Для покращення ситуації та пришвидшення темпів розвитку ринку легкових автомобілів України, на мою думку потрібно здійснити ряд необхідних заходів:

1. Стимулювати інвесторів вкладати кошти у розвиток автомобілебудівництва на території України, та випускати автомобілі відповідної якості за нижчою від конкурентів ціною за рахунок встановленого мита.
2. Заохочення людей до переходу на електрокари, беручи приклад з Європейських країн.
3. Ввести виплати за утилізацію старих автомобілів.
4. . Інтегрувати світовий досвід у розвитку ринку легкових авто.

Ринок легкових автомобілів, дуже залежний від економічної ситуації в країні. Тому основним що може посприяти його розвитку, є розвиток економіки держави в цілому.

Висновки

У ході курсової роботи було досліджено сутність ринку легкових автомобілів як світового так і українського. Було проведено аналіз цих ринків який виявив, що український ринок легкових автомобілів значно відстає від країн Європи та США. У нас переважає вторинний ринок та середній вік автомобіля більше 20 років, у той час як у вищеперерахованих ринків навпаки перевагу надають первинному ринку, та середній вік автомобіля там до 12 років.

Було оцінено перспективи розвитку ринку легкових автомобілів, де було виявлено, що стрімко розвиваються електромобілі, які в перспективі повинні повністю витіснити дизельні та бензинові двигуни.

Варто відзначити, що український ринок сильно відстає від Європейського через не стабільну ситуацію, та низьку купівельну спроможність, але за останні рік ситуація в країні стабілізувалась і головне стабілізувався курс долара, що привело до приросту як на ринку як первинних так і вторинних автомобілів.

Ринок легкових автомобілів буде розвиватись, тому потрібно на рівні держави вкладати фінанси у розвиток нових технологій, автомобілебудування та інших галузей пов'язаних із цим ринком. Зараз перспективно вкладати кошти у виготовлення електрокарів і до того часу поки цей ринок, ще не наповнений конкурентами можна зайняти своє місце.

Список використаної літератури

1. Автомобілів в Україні стали продавати менше [Електронний ресурс]. –<http://www.volynnews.com/news/auto/24929>
2. Данилишин Б.М. Машинобудування в Україні: тенденції, проблеми, перспективи / Б.М. Данилишин. – Ніжин: Аспект-Поліграф, 2010. 308 с
3. Проноза П.В. Світове автомобілебудування: сучасні тенденції та перспективи розвитку / П.В. Проноза // Бізнес Інформ. – 2015. С. 118-125.
4. В Україні виробництво автотранспорту цього року впало на 28% // УНІАН. – 2014 / [Електронний ресурс] : Веб-сайт УНІАН. <http://economics.unian.ua/industry/1006041-v-ukrajini-virobnitstvo-avtotransportu-tsogo-roku-vpalo-na28.html>
5. Мовчаренко В. В. Аналіз ринку легкових автомобілів України / В. В. Мовчаренко, В. В. Гливенко // Наук. вісник Черніг. держ. ін-ту економіки і управління. – 2011. С. 176-179
6. ринок легкових автомобілів показує рекордне зростання [Електронний ресурс] - <http://biz.nv.ua/ukr/publications/na-drizhdzhah-rinok-legkovih-avtomobiliv-pokazuje-rekordne-zrostannja-915444.html>
7. Офіційний сайт Європейської асоціації виробників автотранспорту [Електронний ресурс]. –<http://www.acea.be/>.
8. 14. Мировой авторынок к 2030 году составит 130 млн. [Електронний ресурс]. [www. autoconsulting.com.ua/article.php?sid=33997](http://www.autoconsulting.com.ua/article.php?sid=33997)
9. Мороз Л. А. Тенденції розвитку українського автомобільного ринку і маркетингова комунікаційна політика його учасників / Л. А. Мороз // Вісник Нац. ун-ту “Львів. політехніка”. – 2012. – С. 154-159.