

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АВТОМОБІЛЬНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Юрій Горун, Світлана Вільчинська

Хмельницький інститут Міжрегіональної Академії управління персоналом

Протягом останніх років автомобільний ринок України дуже динамічно розвивався. Тепер, в умовах світової фінансової кризи, поведінка споживачів може змінитися, може змінитися їхнє ставлення до категорії в цілому і окремих брендів зокрема. Тому актуальним є питання дослідження стану та перспектив розвитку автомобільного ринку України.

Впродовж 2002-2008 років вітчизняний автомобільний ринок демонстрував позитивну динаміку розвитку. Проте з початку 2009 року почався обвал на автомобільному ринку України. Внаслідок катастрофічного впливу фінансової кризи практично всі автомобільні компанії відчули різке скорочення попиту. Падіння обсягу ринку становило 70%. Піком падіння став травень 2009 року [1].

Вітчизняний ринок нових автомобілів за останні 7-8 місяців з одного з найперспективніших та найбільш динамічних у Європі перетворився на безнадійного аутсайдера. За результатами перших п'яти місяців 2009 року за обсягами реєстрацій нових легкових автомобілів Україна опустилась з 7-ї позиції (підсумок 2008 року) на 14-ту. За динамікою реєстрації нових авто в січні-травні 2009 р. порівняно з аналогічним показником 2008 р. Україна з падінням 73,0% займає третій рядок із кінця [2].

За свідченнями експертів автомобільний ринок України характеризується рядом специфічних особливостей [3, с. 13]:

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

До причин, які мали вирішальний вплив на стан вітчизняного автомобільного ринку на початку 2009 року, можна віднести [4]:

зростання рівня безробіття в країні та, як наслідок, зменшення доходів домогосподарств;

повне призупинення автомобільного кредитування – якщо у 2008 році в кредит було реалізовано майже 45% нових автомобілів, то в 2009 році цей показник склав лише 5%;

відсутність державної підтримки автомобільного ринку (в той час, як у більшості провідних країн Європи діяли компенсаційні програми при придбанні нового автомобіля та утилізації старого, в Україні на державному рівні не було вжито заходів для відродження автомобільного кредитування чи стимулювання попиту на автомобілі);

зростання курсу долару та євро призвели до підвищення цін на автомобілі, що в умовах зниження рівня доходів населення спричинило скорочення попиту.

Серед основних наслідків впливу кризи на автомобільний ринок України варто зазначити наступні [5]:

1. В загальному європейському рейтингу за результатами 2009 року ринок України зайняв 14-е місце при 162 291 реалізованих нових автомобілях. Обсяги продажів нових автомобілів можна порівнювати з продажами в Чехії (161 659 автомобілів) та Португалії (160 996 автомобілів), в той час як чисельність населення України більше ніж в чотири рази перевищує населення кожної з зазначених країн. Падіння ринку нових автомобілів в Україні є одним з найбільших у Європі – воно склало 74%. Більше скорочення обсягів реалізації автомобілів спостерігалось лише в Ісландії (-78%) та Латвії (-80%). Фактично обсяги реалізації автомобілів в Україні знизилися до рівня 2003 року, за результатами якого було продано майже 155 тисяч автомобілів.

2. Кризові явища, що охопили практично всі сфери економічної діяльності, вплинули на перерозподіл структури продажів нових автомобілів в регіональному розрізі. Через значне скорочення обсягів попиту на продукцію індустриального Східного регіону, майже всі області в даному регіоні втратили свою частку продажів на внутрішньому ринку України (винятком стала лише Харківська область, частка якої зросла на 0,5%). Найбільше падіння спостерігалось в Дніпропетровській і Донецькій областях. Порівняно меншим був вплив кризи на автомобільний ринок Південного регіону, частка якого зросла у 2009 році. Частка Західного регіону залишилася фактично на рівні 2008 року.

3. Розглядаючи продажі у різних цінових сегментах (за класифікацією Autoconsulting), слід зазначити, що найбільша кількість продажів відбулася в ціновому сегменті 6,5-10 тисяч євро. В той же час цей частка цього цінового сегменту зменшилася на 1,9% при зростанні частки більш високих цінових сегментів. До скорочення обсягів реалізації в ціновому сегменті 6,5-10 тисяч євро призвело, перш за все, майже повне призупинення автомобільного кредитування.

4. Змін зазнав і перелік лідерів ринку. Якщо російський бренд ВАЗ за рахунок цінового позиціонування зміг зберегти перше місце за кількістю реалізованих автомобілів (32447 проданих авто), то друге місце вдалося зайняти Hyundai (за рахунок того, що автомобілі збираються в Україні, вартість їх нижча за основних японських та європейських конкурентів). Лідером серед імпортних брендів вперше за останні 5 років стала Toyota (8560 шт.), випередивши Mitsubishi Motors. Оскільки конкуренція в 2009 році змістилася в цінову площину, то лідерами стали ті автомобільні компанії, що змогли забезпечити максимально прийнятні умови придбання власного продукту.

5. Зазнали зміни і стратегії автомобільних імпортерів та виробників. Практично призупинився розвиток дилерських мереж, в країну не імпортувалися нові автомобілі (імпортери змушені були розпродавати склади, що були в наявності на початок 2009 року), практично не відбулося автомобільних прем'єр (змушені розпродавати склади, імпортери не замовляли у виробництво та не завозили нових, більш актуальних модифікацій та моделей). На 69% скоротилися інвестиції автомобільних компаній у рекламу, оскільки утримання витрат на рекламу не мало сенсу - вони не могли створити додаткових продажів.

6. Як наслідок різкого падіння продажів автомобілів у 2009 році, рівень автомобілізації України залишається на рівні 175 автомобілів на тисячу населення, в той час як в Росії цей показник складає 255 автомобілів, Болгарії – 272, Угорщині – 300, Польщі – 383 автомобілі.

Загалом прогнози щодо розвитку автомобільного ринку України в 2010 році залишаються досить песимістичними. Експерти ринку прогнозують зростання обсягів реалізації нових автомобілів на рівні 5%. Більш значний ріст кількості проданих автомобілів можливий лише за умови відновлення автомобільного кредитування, спрощення митного режиму (що призведе до зниження вартості автомобілів 2010 року, яка порівняно з вартістю автомобілів 2009 року зростає в середньому на 15-20%, що пояснюється зміною валютних курсів, інфляцією тощо), запровадження державних програм стимулювання реалізації нових автомобілів тощо [5]:

Прогнози для ринку легкових автомобілів в Україні на 2010–2017 рр. такі: 64% ринку українського ринку легкових авто займають автомобілі, вироблені в Україні. Банки лякають тим, що буде вилучено 150 тис. автомобілів. Теоретично це можливо. Побачимо, що буде у другому півріччі. Я припускаю, що тільки одиниці з операторів ринку зможуть продати більш ніж 1 тисячу машин за місяць у 2009 р. Висока невизначеність шляхів економічного розвитку країни ускладнює розуміння автомобільного ринку і прогнозування його на перспективу. Деякі економісти бачать причину поліпшення стану економіки і ринку в проведенні правильної державної політики [4].

Отже, автомобільний ринок України знаходиться в кризовому становищі так, як і вся економіка країни. Попит та обсяги ринку впали, відбувся обвал ринку. Популярним став обмін уживаних авто, а не придбання в автосалонах нових машин. Банки перестали надавати кредити, що призвело до зміщення придбання авто в розстрочку в сторону лізингу та кредитування власними фінансовими структурами. В досить негативній ситуації, що склалася, багато стало залежати від збутової політики кожної з компаній, загострилась боротьба за споживача. Це зумовлює необхідність широкого використання різноманітних маркетингових стратегій, активізації маркетингової комунікаційної політики.

1. Микитчук Т.О. Тенденції зміни попиту на автомобільному ринку України // Матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Наука і життя: українські тенденції, інтеграція у світову наукову думку» (18-20 травня 2010 р.) [Інтернет-ресурс. Режим доступу: <http://intkonf.org/mikitchuk-to-tendentsiyi-zmini-popitu-na-avtomobilnomu-rinku-ukrayini/>]
2. <http://www.intv.ua/news/article/?id=57774473>
3. Луценко О. Автоексперт 2009: результати експертного опитування топ-менеджменту українських автомобільних компаній // Маркетинг в Україні. – 2009. – №1. – С. 13-14.
4. Сокол М. Вплив макроекономічної ситуації на ринок легкових автомобілів в Україні. Прогнози на 2010-2017 рр. // Маркетинг в Україні. – 2009. – №1. – С. 4-12.
5. Ладуба Т.Ю. Вплив економічної кризи на автомобільний ринок України [Інтернет-ресурс. Режим доступу: <http://www.confcontact.com/2010alyans/ek8-laduba.htm>]

**MODERN STATE AND PROSPECTS OF MOTOR-CAR MARKET OF
UKRAINE DEVELOPMENT**

Juriy Gorun, Svitlana Vilchinska

Khmelnitsky institute of interregional academy of personal management

In the article a motor-car market in modern terms and prospect of his development condition is examined in Ukraine