

***Даний матеріал наводиться в демонстративних цілях.
Через це файл не відображає повний обсяг роботи. Для
отримання цілісної інформації по цій чи іншій роботі
звертайтеся до менеджерів сайту kursach.in.ua***

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА
Економічний факультет
Кафедра міжнародної економіки та маркетингу**

**КУРСОВА РОБОТА
з дисципліни «Міжнародна економіка»
«Тенденція розвитку світового ринку готових промислових виробів»**

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. Теоретичні основи дослідження міжнародної торгівлі	5
РОЗДІЛ II. Особливості розвитку міжнародної торгівлі автомобілями	12
Розділ III. Україна, як учасник міжнародної торгівлі автомобілями	18
ВИСНОВКИ	24
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	25
Додаток А	26
Додаток Б.....	27

ВСТУП

Актуальність теми. Міжнародна торгівля у загальному виді створює умови для міжнародного інвестування, з допомогою якого держави можуть підвищувати продуктивність своїх ресурсів, розвивати спеціалізацію та збільшувати загальний обсяг виробництва.

Зовнішня торгівля значно впливає на зростання ВВП будь-якої з країн, вона виступає основним джерелом формування доходів суб'єктів фінансових відносин. Економісти довели, що позитивному зростанню ВВП сприяє експортно-імпортна діяльність країни, а саме за умов високої продуктивності та конкурентоспроможності вітчизняної продукції.

Актуальність дослідження полягає в тому, що сучасний розвиток зовнішньої торгівлі відбувається за умови інтеграційних процесів, що сприяють розвитку конкурентних ринків. Відповідно це стимулює ефективніше розподіляти економічні ресурси. Структура та напрямки торгівлі набувають політичного забарвлення і стають предметом боротьби між різними політичними силами.

Об'єктом дослідження є міжнародна торгівля як провідна сфера міжнародної економіки.

Предметом є особливості міжнародної торгівлі автомобілями.

Метою роботи є макроекономічне дослідження зовнішньої торгівлі автомобілями та оцінка перспектив участі національної економіки у цій сфері.

Завдання даної курсової роботи є:

- здійснити теоретичні основи дослідження міжнародної торгівлі;
- показати основних експортерів та імпортерів автомобілів;
- надати динаміку світового ринку торгівлі автомобілями;
- висвітлити місце України на ринку автомобілів.

Серед **методів** обробки і аналізу економічної інформації основними були такі: історико-хронологічний при розгляді кількості реалізованих автомобілів в Європі та світі; системний аналіз при висвітленні розвитку ринку

реалізації автомобілів на території України; порівняльний економічний аналіз під час співставлення динаміки світового ринку торгівлі автомобілями по країнам тощо.

Джерельна база курсової. Навчально-методичні видання, фахові видання, аналітичні звіти, статистичні бази та нормативні документи.

Структура роботи. Курсова робота складається зі вступу, двох розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 32 сторінки.

РОЗДІЛ I. Теоретичні основи дослідження міжнародної торгівлі

Міжнародна торгівля (international trade) - це відносини в сфері обміну між країнами, що включає вивезення експорт і ввезення (імпорт) товарів і послуг. Міжнародна торгівля проводиться завдяки комерційним операціям, що проводяться самостійно компаніями, фірмами та державними організаціями, а прерогативою держави залишається торгівля зброєю і стратегічною сировиною, а також встановлення правил, норм, обмежень, податків на торговельні операції, що проводяться учасниками зовнішньої торгівлі [31].

Рівень зовнішньої торгівлі характеризується обсягом зовнішньоторговельного обороту, що складається з експорту, імпорту та реекспорту. Зовнішньоторговельний оборот розраховується в порівнянних цінах, що відображають його фізичний обсяг, і в поточних (фактичних) цінах. Критерієм місця і значення зовнішньої торгівлі в народному господарстві країни є питома вага експорту та імпорту (експортна і імпортна квота) у валовому внутрішньому продукті. Сума експорту та імпорту становить зовнішньоторговельний товарообіг країни.

Можна виокремити такі закономірності сучасного етапу розвитку світової торгівлі (з 1995 р., коли було створено Світову організацію торгівлі (СОТ)):

1. Швидке зростання міжнародної торгівлі товарами та послугами. Упродовж десятиліття 2006–2016 рр. експорт промислових товарів зріс із 8 до 11 трлн дол. США, а щорічні темпи зростання експорту сільськогосподарських товарів становили 5% [1]. Загалом у цей період експорт сільськогосподарських товарів збільшився на 70%. Водночас вартість експорту палива та видобувної продукції зменшилася на 10%. Швидкими темпами зростає світовий експорт комерційних послуг. За десять років світовий експорт комерційних послуг зріс із 2,9 до 4,8 трлн дол. США.

2. Нерівномірність темпів зростання міжнародної торгівлі. До кінця 90-х років XX ст. міжнародна торгівля зростала швидкими темпами. Водночас зростання сповільнювалося під час декількох криз, які мали місце в цей період – валютної кризи в Мексиці (1994–1995 рр.), фінансової кризи в Азії у 1997 р. та ін. Темпи зростання міжнародної торгівлі ще прискорилися з початку 2000-х років і різко сповільнилися внаслідок економічної кризи 2008 р. У 2009 р. вартість світового експорту зменшилася на 12% проти попереднього року: на 22% знизився світовий експорт товарів і на 9% – експорт послуг. Із 2010 р. почалося відновлення темпів зростання світової торгівлі після кризи 2008 р. Світовий товарний експорт у 2010 р. збільшився на 14%. Із 2012 р. спостерігалось сповільнення темпів зростання світової торгівлі, а в 2015 р. – скорочення обсягів торгівлі. Вартість світового товарного експорту в 2015 р. зменшилася на 13,5% унаслідок зміцнення курсу долара США і падіння цін на нафту [1]. Середній курс долара США зріс на 13% відносно валют торговельних партнерів. Негативні тенденції тривали, й у 2016 р. вартість світового товарного експорту зменшилася до 15,46 трлн дол. США, що на 3,3% менше за значення відповідного показника у попередньому 2015 р. Вартість світового експорту комерційних послуг збільшилася лише на 0,1% у 2016 р.

3. Синхронізація динаміки світової торгівлі та світового ВВП, причому темпи зростання торгівлі характеризуються більшою волатильністю, ніж зростання ВВП. Після Другої світової війни темпи зростання обсягів світової торгівлі товарами перевищили темпи зростання світового ВВП в 1,5 раза, а протягом 90-х рр. минулого століття – вдвічі. З 1995 р. до 2000 р. світовий товарний експорт зростав щорічно у середньому на 7%, тоді як світовий ВВП – на 3%. З 2000 р. до 2005 р. світовий товарний експорт зростав у середньому на 5%, а світовий ВВП – на 2,9%. Між 2005 р. та 2010 р., незважаючи на світову економічну кризу, середньорічні темпи зростання світового товарного експорту випереджали темпи зростання світового ВВП (відповідно 3,5% та 2,3%). Тенденцію до випереджального зростання світової торгівлі було порушено у 2009 р., коли світовий товарний експорт зменшився на 12%, а

світовий ВВП – на 2%. Проте вже протягом 2010 р. тенденція до випереджального зростання товарного експорту відновилася – експорт зріс на 14%, а світовий ВВП – на 4%. У середньому темпи зростання світового товарного експорту протягом 2010–2014 рр. становили 3,5%, а світового ВВП – 2,5%. У 2015 р. темпи зменшення вартості світового товарного експорту становили 14%, а темпи зростання світового ВВП – 2,4% (натомість фізичні обсяги світового товарного експорту у 2015 р. зросли на 2,7%) [1]. У 2016 р. співвідношення темпів збільшення вартості товарного експорту до темпів зростання світового ВВП було менше за одиницю (0,6).

4. Волатильність світових цін на товари. Цінова ситуація на світових ринках, особливо ринках ресурсів, характеризується значною волатильністю. З 2002 р. до 2008 р. зростання міжнародної торгівлі супроводжувалося підвищенням цін на товари. Одним із чинників зростання міжнародної торгівлі у цей період стало приєднання Китаю до СОТ у 2001 р. і зростання економіки цієї держави, що зумовило підвищення попиту на ресурси. З 2015 р. активізувалася зворотна тенденція цінової кон'юнктури. Основним чинником зменшення світового експорту в 2015 р. стало зниження на 45% світових цін на енергоносії [2].

5. Трохи повільніше знижувалися ціни на метали та продовольство. Тенденція до зниження цін на енергоносії зберіглася й у 2016 р.: так, світова ціна на енергоносії знизилась у 2016 р. на 18%, як порівняти з 2015 р., а фізичний експорт енергоносіїв – на 17%. Загалом упродовж 2012–2016 рр. світові ціни на енергоносії знизилися на 60%, а обсяги експорту – на 54%.

Зовнішня торгівля становить важливу позицію в системі міжнародних економічних відносин. Для багатьох країн в останні роки вона стала ключовим фактором економічного розвитку. Широкий обмін товарами між країнами в результаті зростання зовнішньої торгівлі створює умови для розвитку світового ринку в цілому. Сучасний світовий ринок - це сфера обміну, що охоплює сукупний товарний обіг різноманітних країн, які є його складовими елементами.

Зростання світової торгівлі зумовлений низкою причин:

- розвитком національних ринків товарів і послуг;
- нерівномірністю розвитку виокремлених галузей в рамках національних економік;
- тенденцією стабільного розширення виробництва з метою отримання прибутку [6].

Прагнення до отримання прибутку і порівняно вузькі рамки національних ринків змушують корпорації і окремі підприємства шукати джерела збуту на зовнішніх ринках. Для промислових країн необхідні ринки збуту промислових товарів, обладнання, нових технологій. Країни, що розвиваються потребують нових ринків для сировини і сільгосппродукції.

В сучасних умовах окремі країни стали учасниками світового господарства, а їх економіки потрапили в залежність від зовнішнього ринку. Особливо це характерно для економік країн, що розвиваються. Пов'язана дана особливість з тим, що протягом тривалого часу ці країни розвивалися як аграрно-сировинні придатки індустріальних країн Заходу. Тому країни, що розвиваються в основній своїй масі мають слабку промислову базу і залежать від індустріально розвинених країн.

Зростаюча залежність країн від зовнішньої торгівлі і зовнішніх ринків відображає діючу тенденцію до господарського зближення різних держав. Це знайшло своє відображення в створенні різних торгових союзів, об'єднань, в розвитку інтеграційних процесів в Західній Європі, Азії, Америці та Африці.

Активний розвиток результативних сил в міжнародній торгівлі став можливим завдяки створенні великої промисловості. Це призвело до збільшення масштабів виробництва і покращення перевезення товарів. Були створені передумови для розширення господарських і торговельних стосунків між країнами, а разом з тим посилило необхідність збільшення міжнародної торгівлі. На сучасному етапі міжнародна торгівля є найбільш розвинутою формою міжнародних економічних відносин. Необхідність її зумовлена такими факторами:

- утворенням світового ринку як однієї з передумов капіталістичного способу виробництва;
- нерівномірністю розвитку інших галузей в різних країнах, в результаті чого надлишок продукції вивозиться за кордон;
- обмеженістю розмірів внутрішнього ринку окремо взятої країни.

Отже, зацікавленість окремих країн в розширенні своїх міжнародних стосунків пояснюється потребами збуту продукції на зовнішніх ринках, необхідністю отримання деяких товарів ззовні, а також прагненням отримати більш високий прибуток у зв'язку з використанням дешевої робочої сили і сировини країн, що розвиваються.

Особливість розвитку міжнародної торгівлі на даний момент в стрімкому зростанні її обсягів. Цьому сприяли такі чинники:

- науково-технічна революція, яка стимулювала оновлення і розширення основного виробничого капіталу;
- посилення державного регулювання економіки;
- зростання економічної могутності окремих промислових підприємств і великих транснаціональних компаній;
- економічна інтеграція в рамках окремих груп країн.

Основними показниками, що характеризують географію зовнішньої торгівлі є: обсяг експорту, імпорту, зовнішньоторговельного обороту; обсяг експорту, імпорту, зовнішньоторговельного обороту в розрахунку на душу населення; індекс експорту, імпорту, зовнішньоторговельного обороту; сальдо зовнішньої торгівлі (різниця між експортом та імпортом); товарна структура експорту та імпорту; коефіцієнти спеціалізації економіки [3].

В умовах ринкової економіки торгово-фінансові зовнішньоторговельні операції здійснюються самостійно підприємствами і відомствами, прерогативою держави є торгівля зброєю і стратегічною сировиною.

Зовнішня торгівля характеризується як форма зовнішньоекономічних зв'язків, продаж і купівля товарів, цінних паперів на міжнародному ринку.

Зовнішня торгівля реалізується на рівні зв'язків компаній, корпорацій, міждержавних угод.

Імпорт (від лат. *Importo* - ввозити, привозити, вводити) - ввезення в країну товарів, робіт, послуг результатів інтелектуальної діяльності і т.д. на митну територію країни із-за кордону без зобов'язань про зворотне вивезення.

Реімпорт - ввезення товарів, раніше вивезених, але не перероблених.

Країна імпорту - країна походження товару (в той час як країною експортування є країна призначення продукту).

Зазвичай імпорт - важливий об'єкт регулювання з боку держави. Таке регулювання може здійснюватися за допомогою таких інструментів торговельної політики: специфічних та адвалорних мит, квот, «добровільних» обмежень експортування, встановлення мінімальних імпорتنих цін, технічні бар'єри і т. д.

Обмеження імпорту зазвичай вводяться в протекціоністських цілях (для захисту національних виробників від конкуренції). Податки на імпорт також можуть встановлюватися в фіскальних цілях (поповнення скарбниці).

Ступінь регулювання імпорту залежить від обраного типу торгової політики держави. Експорт (англ. *Export*) в економіці - вивезення за кордон товарів, проданих іноземному покупцю або призначених для продажу на іноземному ринку [24].

Провідна форма зовнішньої торгівлі це комерційна угода, яка оформляється зовнішньоторговельними договорами (контрактами). Держава здійснює регулювання зовнішньої торгівлі країни.

Для цього використовують такі засоби, як митні тарифи, ліцензування, і інші нетарифні обмеження, а також пряме і непряме субсидування експорту та інші засоби.

Договірною-правову базу для здійснення зовнішньої торгівлі товарами складають торгові договори і угоди, угоди про платежі, кредитні угоди та інші предмети.

Статистика зовнішньої торгівлі виражається наступними показниками: вартісними і фізичними обсягами динаміки експортно-імпортних операцій, сума яких становить зовнішньоторговельний оборот. Сюди входить торговий баланс, квотування, товарна структура та умови торгівлі.

РОЗДІЛ II. Особливості розвитку міжнародної торгівлі автомобілями

Даних за світовою статистикою продажів не так багато і вони досить суперечливі, але як би там не було, скласти загальне уявлення про тенденції на світових ринках можна.

Згідно консалтингової компанії "LMC Automotive" за 2019 рік в світі продано 50 млн. Нових легкових і легких комерційних (LCV) автомобілів, це на 6,4% менше ніж у 2018 рік.

Китай, який контролює майже третину світових продажів, впевнено займає перше місце. Сполучені Штати, які поступилися в 2009 році першим місцем - другу. Замикає трійку лідерів - Японія.

Найпопулярнішими марками стали: Toyota - 5,1 млн. Авто (+ 1,7%), Volkswagen - 3,6 млн. (-6,3%) і Ford - 2,8 млн. (-10,2%) .

Лідери моделей: Toyota Corolla - 0,7 млн. Авто (-0,5%), Ford F-Series - 0,6 млн. (-0,1%) і Toyota RAV4 - 0,5 млн. (+7, 3%) [29].

Ці дані зображені у вигляді діаграми в Додатку А на рис. 1.

Розглядаючи дану діаграму, можемо дійти висновку, що на передовому місці експортерів автомобілів в світі Німеччина, але чому так та що відбувається зараз. Що ж розглянемо більш детально.

В промисловості по виробництву автомобілів Німеччини після майже десятирічного підйому продаж розпочався спад. Багато чинників які вказують на те, що він може виявитися вельми серйозним і тривалим. Адже проблеми, котрі переживають зараз автоконцерни BMW, Daimler і Volkswagen зі своїми дочірніми компаніями Audi та Porsche, а також німецькі заводи Ford і Opel.

Одним з точних попередніх індикаторів стану справ у автопромі є портфелі замовлень постачальників компонентів. В галузі довгий виробничий цикл, закупівлі вузлів і деталей плануються задовго до випуску кінцевого продукту - самого автомобіля. Гальмування глобального автопрому боляче вдарило й по найбільшому в світі хімічному концерні BASF. Він має підприємства в Німеччині, США, Китаї, і всюди їхніми великими клієнтами є

автомобілебудівники, що замовляють, приміром, лаки та хімічні комплектуючі для автомобілів[29].

Причиною BASF назвав суттєве уповільнення темпів зростання світового промислового виробництва - і в першу чергу вказав на автопром. Уповільнення зростання в глобальній автомобільній промисловості виявилось особливо сильним, - наголошується в офіційному повідомленні концерну.

1. У світі виробництво скоротилося в першому півріччі приблизно на 6 відсотків.

2. У Китаї скорочення виявилось більше ніж в два рази і становило приблизно 13 відсотків.

Судячи з того, як скорочуються портфелі замовлень у німецьких виробників комплектуючих, у другому кварталі обсяги виробництва в галузі можуть ще більше знизитися. Французька група PSA, що володіє брендами Peugeot і Citroen, а також німецькою компанією Opel, за перші шість місяців продала на 12,8 відсотка менше, ніж за аналогічний період минулого року. У її французького конкурента Renault продаж по всьому світу знизився на 6,7 відсотка [16].

Згідно такої статистики валові результати німецьких компаній за підсумками першого півріччя виглядають не так вже й погано. Daimler продав по всьому світу близько 1,2 мільйона легкових автомобілів марки Mercedes-Benz, що на 4,7 відсотка менше, ніж торік, у Volkswagen продажі скоротилися на 2,8 відсотка, а у BMW вони навіть зросли на 0,8 відсотка. В результаті баварський автобудівники вперше в історії фірми зуміли збути за перші шість місяців року понад 1,25 мільйона автомобілів.

Динаміка даного продажу наведена в діаграмі в Додатку А (рис. 2).

Далі покажемо які марки автомобілів продаються найбільше в світі за останній рік (табл. 2.1).

**Марки автомобілів, що найбільше продаються в світі, млн. штук в
2019 році**

Toyota	5,075,467
Volkswagen	3,647,965
Ford	2,814,235
Honda	2,697,460
Nissan	2,546,731
Hyundai	2,451,254
Chevrolet	2,183,911
Kia	1,631,505
Mercedes	1,429,359
BMW	1,280,339
Renault	1,222,874
Audi	1,052,837
Peugeot	900,58
Maruti	886,94
Jeep	865,69
Mazda	832,38
Fiat	720,28
Skoda	706,10
Geely	700,88
Mitsubishi	660,82

Джерело: систематизовано автором на основі [16]

Спостерігаючи за даними, що наведені в даній таблиці, можна дійти висновку, що передовою маркою є японська компанія, а другу позицію посідає німецька компанія. Така статистика, на мою думку, склалася за певними чинниками, що постають при покупці автомобіля:

1. Надійність
2. Економність
3. Безпека
4. Комфорт
5. Практичність

Саме ці фактори є одними із головних, що постають перед вибором автомобіля. Безпосередньо саме споживачі створюють світову статистику, що є немало важливою вимогою для виробників[29]..

Світовий ринок легкових автомобілів характеризується відносно стабільним попитом і динамічною пропозицією. Придбання автомобіля є закономірним наслідком збільшення доходів домогосподарства після задоволення більш нагальних потреб. Тому світовий парк легкових автомобілів постійно зростає, так само як і виробництво та зовнішня торгівля супутніми товарами.

У 2019 р. на світовому ринку найбільшими експортерами автомобілів і супутніх до них товарів були: Європейський Союз (682 млрд дол. США), Японія (148 млрд дол. США), США (128 млрд дол. США), Мексика (96 млрд дол. США), Канада (66 млрд дол. США), Південна Корея (65 млрд дол. США), КНР (49 млрд дол. США), Таїланд (28 млрд дол. США), Туреччина (19 млрд дол. США), Індія (13 млрд дол. США).

У відсотковому значенні ці дані згруповані в табличному вигляді (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Частка у світовому експорті найбільших експортерів легкових автомобілів, %

Країна	2010	2015	2019
ЄС	53,6	50,1	49,8
Японія	13,3	13,7	10,8
США	9,4	9,1	9,3
Мексика	3,8	5,1	7,0
Канада	7,3	4,6	4,8
Південна Корея	4,1	5,0	4,8
КНР	1,1	2,6	3,6
Таїланд	0,9	1,7	2,0
Туреччина	1,0	1,3	1,4
Індія	0,3	0,7	0,9
Інші країни	5,2	6,1	5,6

Джерело: систематизовано автором на основі [16]

ЄС збільшив експорт автомобілів і супутніх товарів у 2019 р. на 4%, а свою частку у світовому експорті – до 50%. Японія із часткою в 11% залишалася на другому місці, збільшивши експорт на 8%. США у 2019 р. зменшили експорт на 0,5%, а їх питома вага у світовому експорті становила 9%. Південна Корея у світовому рейтингу експортерів автомобілів і супутніх товарів за підсумками 2019 р. опустилася з 5-го на 6-те місце, поступившись п'ятим місцем Канаді. Позиції інших провідних експортерів залишилися без змін. Найбільший приріст експорту за результатами року було зафіксовано в Туреччині (15%) та Індії (10%), а найбільший спад – у Південній Кореї (-8%) [29].

Автомобільна промисловість Туреччини характеризується швидкими темпами розвитку й великою інвестиційною привабливістю. Нині в Туреччині мають власні заводи п'ять провідних світових виробників легкових автомобілів. Першим у 1968 р. відкрив свій завод Fiat, який нині випускає 255 тис. автомобілів на рік. За ним – Renault (1969 р., сучасна потужність – 310 тис.), Toyota (1990 р., сучасна потужність – 70 тис.), Hyundai (1997 р., 100 тис.) і Honda (1997 р., 15 тис.). Також у Туреччині за ліцензією випускаються автомобілі марки Ford (265 тис.). На початку створення автомобільної галузі Туреччина випускала легкові автомобілі власних марок, але нині вони не виробляються. На сьогодні Туреччина як експортує, так і імпортує багато автомобілів. На експорт постачається 69% вироблених автомобілів, а частка імпортованих автомобілів на внутрішньому ринку становить 68% [20].

Технологічними лідерами в автомобілебудуванні нині залишаються ТНК із Західної Європи, Японії, США та Південної Кореї. Решта виробників легкових автомобілів, зокрема ті, які продають продукцію під власними торговельними марками (КНР, Індія, РФ, Австралія, Малайзія), у той чи інший спосіб кооперуються з ними. Для здешевлення виробництва і просування своєї продукції на ринки закритих країн технологічні лідери переміщують виробництво за кордон. При цьому їхнє виробництво в певній країні може бути або повністю орієнтованим на внутрішній ринок (Бразилія), або одночасно

задовольняти потреби внутрішнього ринку і постачатися на експорт (зокрема й до країн технологічних лідерів).

Упродовж останнього десятиріччя перше місце у світі з виробництва автомобілів упевнено посів Китай. У 2019 р. він виробив 28,1 млн шт. автомобілів, випередивши США (12,2 млн шт.) та Японію (9,2 млн шт.). Китай вийшов також на перше місце у світі з продажу автомобілів на внутрішньому ринку. Причому половина з проданих автомобілів мали вітчизняні торговельні марки (Baojun, Changan, FAW, Dongfeng, Geely, Chery та ін.). Збільшення продажів на внутрішньому ринку стало можливим унаслідок зростання доходів населення [16].

Отже, світове виробництво й торгівля легковими автомобілями нині під контролем провідних ТНК. Структурні зміни у світовій торгівлі визначаються попитом на автомобілі в тій чи іншій країні, а також витратами на їх виробництво. На товарні потоки може впливати також торговельна політика окремих країн (вимоги щодо локалізації виробництва, заборони на імпорт, пільги для іноземних інвесторів тощо). Залежно від зміни кон'юнктури провідні ТНК можуть переносити виробництво із країни в країну.

Розділ III. Україна, як учасник міжнародної торгівлі автомобілями

Український авторинок за підсумками 2018 року займає 23-тє місце в Європі. Україна виявилася порівнянна зі Словенією за обсягами продажів нових автомобілів, і поступається Словаччині, Греції, Фінляндії та Ірландії, де число жителів значно відрізняється від нашої країни.

Всього в ЄС реалізували за 2018 рік 15,2 мільйона нових автомобілів, що лише на 0,1% більше, ніж в 2017 року. З урахуванням України, Білорусії, Росії та інших країн європейський ринок склав 17,5 млн. Нових автомобілів, що на 1,2% більше, ніж роком раніше. Зростання продажів спостерігалось в Росії (+ 12,8% реалізовано 1,8 млн. Авто), в Білорусії авторинок досяг показника 52,8 тис. Нових авто зі зростанням + 54,2% [28].

Значних змін, а саме, зріс ринок Польщі (+ 9,4% і 532 тис. Авто), Угорщини (+ 17,5% продано 136,5 тис. Авто), Румунії (+ 23% продано 130,9 тис. Авто), Литви (+ 25,4% продано 32,4 тис. авто). Притому значні показники зростання в цих країнах спостерігаються вже не перший рік. Україна виявилася єдиним ринком в Центральній і Східній Європі, де був зафіксований спад продажів нових автомобілів. Звертаючи увагу на значні обсяги імпорту старих автомобілів європейської реєстрації з країн сусідів, досить дивно, що український первинний ринок ще зберіг свої позиції на європейській арені.

Узагальнення даних значень наведені в Додатку Б на рисунку 3.

Слід нагадати, що в 2008 році Україна займала 7-е місце в Європі за обсягами продажів з показником 623 тис. нових автомобілів, зараз її місце займає Бельгія, де в 2018 році реалізовано 549 тис. авто. І до колишніх позицій України наполегливо піднімається Польща. У 2018 році Польща була вже 8-м ринком в Європі з показником 531 тис. авто.

У Західній Європі в 2018 році спостерігалися тенденції різної сфери. У перші сім місяців 2018 року автомобільний ринок ЄС показував зростання, але після введення більш жорстких екологічних правил, вже у вересні обвалився на 23,5% і в наступні чотири місяці продовжував стабільно падати.

На ключових європейських ринках також зафіксовані різноспрямовані тренди: Іспанія (+ 7,0%) і Франція (+ 3,0%) зростають, продажі трохи знижуються в Німеччині (-0,2%), а також в Італії (-3,1 %) і Великобританії (-6,8%) [16].

Найпопулярнішою маркою в ЄС традиційно залишається Volkswagen, продажі якого зросли на 2,7% до 1,752 мільйонів автомобілів, а на другому місці розташувалася французька Renault з падінням в 3,9% до 1,106 мільйона одиниць.

Замикають п'ятірку лідерів Ford (2,4% падіння до 994 тисяч одиниць), Peugeot (5% зростання до 971 тисячі одиниць) і Opel, який став рекордсменом року з божевільним зростанням в 156,2% до 884 тисяч одиниць.

Особливо складною була кінцівка 2018 року, коли почав формуватися великий відкладений попит через нові ставок акцизів. У підсумку, в грудні реалізація нових авто в автосалонах скоротилася на 26,42%, а загальний обсяг був навіть нижче, ніж в листопаді. Такий «слабкий» грудень на ринку нових авто спостерігається вперше за багато років. Не було і традиційного ажіотажу в автосалонах перед Новим Роком. Але цілий ряд брендів зумів скористатися тимчасовим затишшям і в грудні покращив свої результати.

Щодо тенденції саме на території України, то продаж нових автомобілів по брендам показана в табличному вигляді нижче (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

Продаж нових автомобілів в Україні по брендам, млн. штук

Бренд	2019	%	2018	%
TOYOTA	9631	12,29%	9515	11,85%
RENAULT	8691	11,09%	8652	10,78%
VOLKSWAGEN	6185	7,89%	6082	7,58%
SKODA	5393	6,88%	5639	7,02%
NISSAN	5190	6,62%	4250	5,29%

HYUNDAI	4877	6,22%	4282	5,33%
KIA	4811	6,14%	5310	6,62%
MAZDA	3033	3,87%	2702	3,37%
AUDI	2790	3,56%	2690	3,35%
SUZUKI	2618	3,34%	2495	3,11%

Джерело: систематизовано автором на основі [38]

За підсумками 2018 року лідером ринку нових легкових автомобілів знову стала Toyota, зайнявши 12,3%. Притому, Toyota змогла поліпшити торішній результат. Стабільно зберегли свої місця і Renault, Volkswagen, Skoda - всі ці бренди подолали рубіж в 5 тис. Авто. Але в 2018 році до «п'ятитисячник» додався і Nissan. Дилери японської марки, в умовах, досить скромного модельного ряду змогли додати в продажах відразу на 22% [23].

З близькими результатами фінішували Hyundai і Kia. І дивно, що Hyundai виріс за 2018 рік майже на стільки ж авто, скільки недорахувалися в Kia. Ще один тренд 2018 року - це прорив Audi в Топ-10. Німецький бренд позначив свої претензії на лідерство ще в 2017-му, коли фінішував на межі «десятки», а за 2018 рік зумів влаштуватися на 9-му місці.

Жорстка конкуренція в преміум-сегменті за минулий рік лише посилилася. До того ж, про свої амбіції в боротьбі за заможних клієнтів позначилися і Land Rover, і Volvo.

2018 рік став повністю провальним для бюджетних брендів. Витримувати конкуренцію з ринком старих авто і «Єврономер» багатьом виявилось не під силу. У підсумку, з різних причин, але катастрофічно впали продажі і Ravon, і ЗАЗ, а реалізація китайських автомобілів звелася до кількох сотень. Але з кожного правила, як відомо, є виняток. Так, навпаки, дуже непогано пішли продажі нових моделей Chery. Зростання в 91,6% і повернення в число об'ємних марок - головний підсумок 2018 роки для Chery.

На жаль, але 2018 рік запам'ятався і остаточним відходом з українського ринку, як мінімум, двох брендів. А дилерські мережі переформовувалися і трансформувалися. Але головне, що в 2018 році українському ринку нових автомобілів вдалося встояти і майже зберегти обсяги продажів. Якими вони були.

У грудні 2018 роки українці імпортували рекордну кількість б / у легкових автомобілів, - майже 22 тис. Б / у авто. Такої кількості імпортних б / у авто не завозили в Україну ні в один місяць цього тисячоліття!

Можна виділити відразу дві причини такого безпрецедентного результату: закінчення дії пільгового закону щодо розмитнення б / у автомобілів (діяв до 31.12.2018 р), під який завчасно планувалися поставки і везли великі партії машин зі стоків і аукціонів, а також початок дії з 26 листопада 2018 р нового закону, який легалізує в Україні «евробляхи».

За рахунок цих двох факторів грудневий результат в б-у сегменті (21833 авто) в 3,2 рази перевищив результати грудня минулого року і на 84% листопадові поставки. Відзначимо, що імпорт б / у автомобілів більш ніж в три рази перевищив показники ринку нових авто (6,5 тис. Новий легкових автомобілів було продано в грудні) [23].

Більшість автомобілів, які завозилися в нашу країну, - це машини з Європи і Америки. Лідером з поставок стали автомобілі Volkswagen - більше 4 тис. Шт. - практично кожна п'ята ввезена в країну б / у легкове авто. Далі з великим відставанням йдуть Opel 8,4%, Audi 7,7%, Renault 7,6% і BMW 6,7%. Більше тисячі автомобілів за один місяць довелося ще на Ford, Skoda і Mercedes-Benz. Також в ТОП-10 увійшли Nissan і Toyota.

Найпопулярнішою в українців моделлю в грудні став Volkswagen Passat - більше 2 тис. Автомобілів. Далі в рейтингу йдуть Skoda Octavia (915 шт.), Volkswagen Golf (838), Audi A6 (759) і Opel Zafira (663). Також в ТОП-10 увійшли Renault Megane, Audi A4, Opel Astra, Ford Focus і Renault Scenic.

Близько 60% завезених в Україну б / у легкових авто старше 8 років. Це так звані «евробляхи», які почали легалізувати. Їх за місяць розмитнили понад

13 тис. Штук. А ось поставки автомобілів віком до 6 років склали понад 6 тис. Шт., Що можна порівняти з новим ринком.

У січні 2019 року український авторинок просів на 20% в порівнянні з січнем 2018 року, зусиллями всіх авто операторів вдалося реалізувати лише 5,3 тис. Нових легкових автомобілів. Це на 20% менше, ніж роком раніше. Таким чином, спад первинного авторинку, який почався ще в грудні 2018 року, продовжився і в січня 2019.

Однак, на тлі спаду загострилася конкурентна боротьба за зникаючих клієнтів. Так, значно наростити продажі (+ 37,5%) в січні змогли дилери Renault. Це дозволило їм випередити конкурентів з Toyota. Самий продаваний автомобіль січня - Renault Duster. На другому місці - Renault Logan.

Поліпшили свої позиції, в порівнянні з торішнім січнем і Nissan, Kia, Hyundai, Mitsubishi, а ось Skoda, Volkswagen, Mazda трохи поступилися конкурентам.

Ситуація в преміум-сегменті нагадує початок минулого року. Audi стала №1 і навіть увійшла в Топ-10 всього авторинку, активно нарощували продажі і BMW, і Mercedes-Benz. Обидва цих бренду закінчили січень із двозначними показниками зростання.

Майже в 2 рази краще почали продаватися китайські Chery, а от іншим китайським брендам в січні пощастило набагато менше.

Січень 2019 року - став першим місяцем, коли не було реалізовано жодного нового автомобіля ЗАЗ.

Нагадаємо, в 2018-2019 рр. український ринок покинули Acura, Isuzu (легкові авто), ЗАЗ (легкові авто), SsangYong. Під питанням майбутнє ще мінімум 2-3 автовиробників.

Після провального початку 2019 року, в лютому ринок нових авто України відновився до рівня 2018 року.

За лютий вдалося реалізувати 5,8 тис. Нових автомобілів, що лише на 0,34% менше, ніж роком раніше. Але треба розуміти, що цей результат дилери

продемонстрували під величезним натиском бу імпорту, який в лютому поставив черговий рекорд.

Такий початок 2019 року вселяє оптимізм і дає підстави вважати, що ринок нових авто до початку весняного бізнес-сезону підійшов з непоганим запасом міцності. У лютому була і захоплююча боротьба серед Топ-10 автомобільних брендів. Лідерство на ринку легкових автомобілів міцно утримує Renault, хоча Toyota стрімко наздоганяє. На третє місце вийшли автомобілі Kia, збільшивши реалізацію на 54%. Ключовим успіхом стало повернення в стан лідера Kia Sportage, якому вдалося випередити Renault Duster.

Активно нарощує продажі і Hyundai, чия модель Tucson займає третє місце за популярністю в лютому.

Ще однією сенсацією лютого стало стрімкий прорив BMW в Топ-10. Баварці тепер не тільки №1 в преміальному сегменті, але і дали зрозуміти конкурентам, що оновлення модельного ряду BMW було дуже вдалим.

За крок від Топ-10 в лютому було і Peugeot. Французький бренд в цьому сезоні анонсував дуже багато новинок і його амбіції явно більше, ніж результат лютого. Хоча і в лютому зростання продажів вже склав + 53% [23].

Планомірно відновлює колишній вплив і китайська Chery. У лютому дилери продемонстрували, що нинішній модельний ряд Chery затребуваний в Україні. Як результат - зростання продажів на 29% і китайський бренд впритул підійшов до Suzuki.

Слідом за провалом продажів ЗАЗ в січні, який за підсумком покинув ринок легкових автомобілів України, в лютому дилери не реалізували жодного автомобіля Ravon.

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Розрахунки на основі бази даних COT. URL:



Рис. 1. Експортери автомобілей в світі, млрд [23]



Рис. 2. Світовий продаж автомобілів, млн.штук [23]

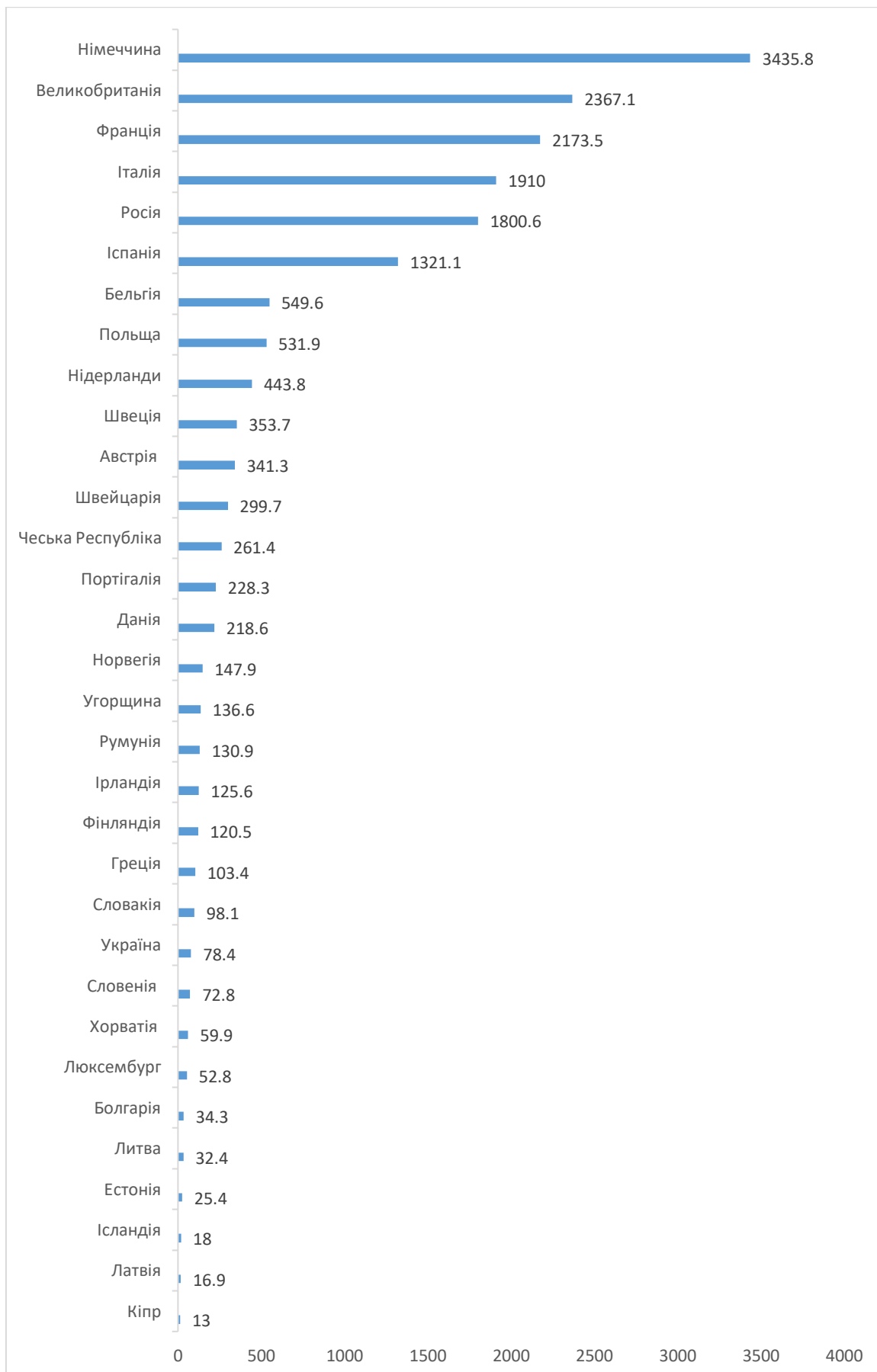


Рис. 3. Рейтинг країн Європи за обсягом продажів автомобілів (тис. од.) [39]