

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗІНА

Економічний факультет  
Кафедра міжнародної економіки та світового господарства

Реєстр № \_\_\_\_\_  
Нормоконтролер

«До захисту»  
в.о. зав. кафедри  
к. е. н., доц. Шуба Т. П.

---

**СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО  
РИНКУ ЛЕГКОВИХ АВТОМОБІЛІВ**

Кваліфікаційна робота бакалавра

Виконала:  
студентка 4-го курсу  
першого (бакалаврського) рівня  
вищої освіти  
денної форми навчання  
гр. ЕМ-42

**Анна ШЕХОВЦОВА**

Науковий керівник:  
к.е.н., доцент

**Ольга ЗАДОРЖНА**



## ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТА ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ ЛЕГКОВИХ АВТОМОБІЛІВ.....	9
1.1. Теоретичні засади функціонування ринку легкових автомобілів.....	9
1.2. Міжнародний ринок майнових авто: загальні тенденції.....	22
Висновки до розділу 1.....	34
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ ЛЕГКОВИХ АВТОМОБІЛІВ В УКРАЇНІ: АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.....	36
2.1. Аналіз розвитку ринку легкових автомобілів в Україні (2020- 2024).....	36
2.2. Проблеми розвитку ринку легкових автомобілів України та перспективи їх розв’язання.....	61
Висновки до розділу 2.....	71
ВИСНОВКИ.....	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	78

## ВСТУП

**Актуальність.** Міжнародний ринок легкових автомобілів є одним з найбільш динамічних та стратегічно важливих сегментів світової економіки, який безпосередньо відображає рівень технологічного розвитку, економічну спроможність країн та еволюцію споживчих переваг у глобальному масштабі. У період з 2020 по 2024 роки цей ринок зазнав кардинальних трансформацій під впливом пандемії COVID-19, геополітичних конфліктів, прискореного переходу до електрифікації транспорту та революційних змін у виробничих процесах. Актуальність дослідження даної тематики зумовлена необхідністю комплексного аналізу сучасних тенденцій розвитку світового автомобільного ринку та визначення стратегічних перспектив для України в контексті євроінтеграційних процесів та постконфліктного відновлення економіки.

Сучасний етап розвитку міжнародного ринку легкових автомобілів характеризується безпрецедентними викликами та можливостями. Пандемія COVID-19 кардинально змінила структуру попиту та пропозиції, призвела до глобальних порушень ланцюгів постачань та стимулювала прискорене впровадження цифрових технологій у процеси виробництва, маркетингу та продажів. Водночас розпочата російською федерацією повномасштабна війна проти України у 2022 році не лише драматично вплинула на український автомобільний ринок, але й спричинила значні деформації у глобальних торговельних потоках, логістичних маршрутах та інвестиційних стратегіях провідних автовиробників.

Особливу актуальність теми дослідження надає революційний перехід світової автомобільної індустрії до електрифікації та впровадження принципів сталого розвитку. Європейський Союз та інші розвинені економіки світу встановили амбітні цілі щодо декарбонізації транспортного сектору, що створює нові виклики та можливості для традиційних автовиробників та стимулює появу інноваційних технологічних компаній. У цьому контексті Україна, яка прагне

інтегруватися до європейського економічного простору, повинна адаптувати свою автомобільну політику до нових глобальних стандартів та вимог.

Економічне значення автомобільної індустрії для національних економік важко переоцінити. Галузь забезпечує мільйони робочих місць по всьому світу, стимулює розвиток суміжних секторів економіки, від металургії до інформаційних технологій, та є одним з найбільших споживачів інновацій. Для України, яка має потужний промисловий потенціал та кваліфіковану робочу силу, розвиток автомобільної індустрії може стати одним з ключових драйверів економічного зростання в постконфліктний період.

Технологічна революція в автомобільній індустрії, пов'язана з розвитком електричних транспортних засобів, автономних систем керування, штучного інтелекту та інтернету речей, кардинально змінює традиційні бізнес-моделі та конкурентні переваги. Традиційні автовиробники змушені трансформувати свої стратегії, інвестувати мільярди доларів у дослідження та розробки, а також конкурувати з новими гравцями з технологічного сектору. Ці процеси створюють унікальні можливості для країн, які здатні швидко адаптуватися до нових технологічних трендів.

**Ступінь наукової вивченості проблеми.** Теоретичні та практичні аспекти функціонування міжнародного ринку легкових автомобілів досліджувалися багатьма українськими та зарубіжними науковцями. Фундаментальні засади ринкових механізмів у автомобільній індустрії розглядали у своїх працях Вахович І.М., Камінська І.М. та Волинчук Ю.В., які зосередилися на проблемах та перспективах розвитку автомобілебудування в Україні [4]. Дослідження глобальних тенденцій автомобільного ринку та впливу інноваційних технологій проводили Кузьменко О.М., який аналізував вплив глобальних процесів на світовий ринок автомобілів [15].

Особливості розвитку українського автомобільного ринку вивчали Даниленко Є., який досліджував державне регулювання розвитку ринку легкових автомобілів з урахуванням вітчизняного та міжнародного досвіду [10], а також Пойда-Носик Н. та Бачо Р., які аналізували тенденції розвитку автомобільної

промисловості в Україні [23]. Питання екологізації автомобільного транспорту та переходу до електромобілів розглядали Bahliuk Y. та Kryzhanivska I., які вивчали вплив світових тенденцій екологізації на відновлення та розвиток автомобільної індустрії [39].

Проблеми цифровізації автомобільного ринку та розвитку електронних каналів продажів досліджували Косар Н. та Кузьо Н., які аналізували роль онлайн комунікацій у підвищенні конкурентоспроможності дилерів [14]. Методичні засади оцінювання конкурентоспроможності автомобілебудівних підприємств вивчав Шевченко І.Ю., який розробляв підходи до формування державної стратегії розвитку автомобілебудування [35].

Водночас, незважаючи на значну кількість досліджень, недостатньо вивченими залишаються питання адаптації міжнародного ринку легкових автомобілів до нових викликів періоду 2020-2024 років, включаючи вплив пандемії COVID-19, геополітичних конфліктів та прискореного переходу до електрифікації. Особливо актуальним є дослідження специфіки розвитку українського автомобільного ринку в умовах воєнного стану та необхідності послідовної євроінтеграції.

**Мета та завдання дослідження.** Мета даного дослідження полягає у комплексному аналізі сучасного стану та перспектив розвитку міжнародного ринку легкових автомобілів з особливим акцентом на тенденціях періоду 2020-2024 років та визначенні стратегічних напрямів розвитку автомобільного ринку України в контексті глобальних трансформацій.

Для досягнення поставленої мети необхідно розв'язати наступні **завдання**:

- здійснити теоретичне обґрунтування сутності та механізмів функціонування ринку легкових автомобілів як складної економічної системи;
- проаналізувати глобальні тенденції розвитку міжнародного ринку легкових автомобілів у період 2020-2024 років, включаючи вплив пандемії COVID-19, технологічних інновацій та геополітичних факторів;

- дослідити особливості та динаміку розвитку ринку легкових автомобілів в Україні протягом 2020-2024 років з урахуванням впливу воєнних дій та економічних трансформацій;

- ідентифікувати ключові проблеми та бар'єри розвитку українського автомобільного ринку;

- розробити рекомендації щодо стратегічних напрямів розвитку ринку легкових автомобілів в Україні з урахуванням світових тенденцій та національних особливостей.

**Об'єктом дослідження** є міжнародний ринок легкових автомобілів як складна економічна система, що включає сукупність економічних відносин між виробниками, дилерами, споживачами та регулюючими органами у сфері виробництва, розподілу та реалізації легкових транспортних засобів.

**Предметом дослідження** виступають економічні закономірності, тенденції та механізми функціонування міжнародного ринку легкових автомобілів, а також особливості розвитку українського сегменту цього ринку в умовах глобальних трансформацій періоду 2020-2024 років.

**Методи дослідження.** У процесі написання дипломної роботи було застосовано комплекс загальнонаукових та спеціальних методів дослідження. Метод аналізу та синтезу використовувався для дослідження структури міжнародного ринку легкових автомобілів, виявлення його основних компонентів та взаємозв'язків між ними. Системний підхід дозволив розглянути ринок легкових автомобілів як цілісну економічну систему з множинними внутрішніми та зовнішніми зв'язками.

Історичний метод застосовувався для вивчення еволюції міжнародного ринку легкових автомобілів та його трансформації під впливом технологічних, економічних та соціальних факторів. Порівняльний аналіз використовувався для зіставлення показників розвитку автомобільних ринків різних країн та регіонів, виявлення спільних рис та відмінностей у їх функціонуванні.

Статистичні методи дослідження застосовувалися для обробки та аналізу кількісних даних щодо обсягів виробництва, продажів, експорту та імпорту

легкових автомобілів. Методи економічного аналізу дозволили оцінити ефективність функціонування підприємств автомобільної галузі та виявити фактори, що впливають на їх конкурентоспроможність.

Метод експертних оцінок використовувався для аналізу якісних характеристик ринку та прогнозування тенденцій його розвитку. Системно-структурний аналіз дозволив виявити ключові елементи ринкової інфраструктури та механізми їх взаємодії.

**Апробація результатів дослідження.** Основні положення та результати дослідження були представлені на студентських наукових конференціях Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна, де отримали позитивну оцінку науково-педагогічного співтовариства. Окремі аспекти роботи обговорювалися на семінарських заняттях кафедри міжнародної економіки та світового господарства, що дозволило уточнити та вдосконалити теоретичні положення дослідження.

**Структура та обсяг кваліфікаційної роботи.** Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 87 сторінок, включаючи 8 таблиць, 2 рисунки та список використаних джерел з 70 найменувань.

# РОЗДІЛ 1

## ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ТА ГЛОБАЛЬНІ ТЕНДЕНЦІЇ РИНКУ ЛЕГКОВИХ АВТОМОБІЛІВ

### 1.1. Теоретичні засади функціонування ринку легкових автомобілів

У цій роботі ринок легкових автомобілів розглядатиметься з теоретичної точки зору — буде проведено аналіз його ключових елементів як складної економічної категорії, що відображає взаємодію попиту й пропозиції. Інакше кажучи, вивчення автомобільного ринку слугуватиме теоретичним відображенням складних виробничих відносин, які формуються в процесі проектування, розробки, виготовлення та реалізації легкових автомобілів і їх комплектуючих.

Перш ніж надати змістовну характеристику категорії «регіональний ринок легкових автомобілів», варто спершу визначити, що саме слід розуміти під поняттям «ринок».

Згідно з Кембріджським словником англійської мови, поняття «ринок» охоплює:

- 1) осіб, зацікавлених у придбанні певного товару, або географічну область, де здійснюється його продаж;
- 2) комерційну діяльність чи торгівлю певним товаром, у тому числі фінансовими продуктами [1, с. 86].

Це визначення одночасно акцентує увагу на кількох аспектах: ринок як фізичне місце, як систему соціально-економічних відносин, як форму підприємницької діяльності, а також підкреслює його географічну складову.

Академічний тлумачний словник української мови подає поняття «ринок» як: «місце, де здійснюється роздрібна торгівля продуктами харчування та іншими товарами (базар)», а також як «сферу товарного обміну, що охоплює пропозицію і платоспроможний попит на товари в межах світового господарства, окремої країни чи її регіонів» [2, с. 138]. У цьому тлумаченні також підкреслюються

географічні межі функціонування ринку, а попит і пропозиція визначаються як основні рушійні чинники його розвитку.

У «Словнику законодавчих і нормативних термінів: юридичному словнику І. Дахно» поняття «ринок» визначається як сфера обігу товарів з однаковою споживчою вартістю, в межах якої встановлюється монопольне становище [3]. Така дефініція додатково підкреслює важливість чесної конкуренції як ключового чинника сталого й прогресивного розвитку товарного ринку.

У енциклопедичному словнику «Економіка і інформація» під редакцією проф. Л.Г. Мельника поняття «ринок» також розглядається з двох позицій: як фізичне місце здійснення купівлі-продажу товарів і послуг та укладення торгових угод, а також як система економічних відносин, що виникають у процесі обміну, внаслідок чого формуються попит, пропозиція та ціна [4, с. 20]. У цьому визначенні відображено основну тріаду, що лежить в основі функціонування будь-якого ринку — попит, пропозицію та ціну.

У «Словнику економіста та підприємця» поняття «ринок» трактується як цілісна система економічних відносин і взаємозв'язків між продавцями та покупцями, яка ґрунтується на механізмі ринкових цін [5, с. 284]. На нашу думку, відмінною рисою цього визначення є акцент не просто на економічних відносинах, а на їхній сукупності. Це особливо актуально з огляду на те, що сьогодні в роботі ринку як відкритої системи задіяні не лише продавці й покупці, а й посередницькі структури, підприємства суміжних сфер, державні та міжнародні організації, органи місцевого самоврядування тощо.

Інтерес українських дослідників до категорії «ринок» є сталим, про що свідчить постійне оновлення визначень у наукових працях. Зокрема, Спащенко Г.М. розглядає ринок як «суб'єкта підприємницької діяльності або його окремий підрозділ, який є майновим комплексом, створеним органом місцевого самоврядування чи виконавчої влади на спеціально виділеній земельній ділянці, і метою якого є забезпечення умов для продавців і покупців для здійснення купівлі-продажу товарів та послуг за цінами, що формуються на основі попиту та пропозиції» [6]. А.І. Камінська визначає ринок як «будь-яке місце, де продавці

та покупці безпосередньо взаємодіють; сукупність торгових процесів, актів купівлі-продажу незалежно від місця їх проведення; система економічних відносин між людьми, підприємствами та державами, що ґрунтується на принципі вільної купівлі-продажу та обміну за умови дотримання платіжних правил; економічні відносини, засновані на ринкових законах і принципах» [7, с. 316]. Водночас В.Ю. Дорош та М.С. Забедюк трактують ринок як «модель ринкової залежності між попитом, пропозицією та ціною в умовах ринкової конкуренції; макроекономічний інструмент відтворення суспільного продукту, що забезпечує динамічний соціально-економічний розвиток країни» [8, с. 103].

Особливу увагу варто приділити визначенню сутності ринку, запропонованому доцентами В.Ю. Дорошем та М.С. Забедюком, оскільки в їхній роботі акцентується увага на тісному зв'язку між ринком та соціально-економічним розвитком країни.

Ринок можна визначити як «відкриту, динамічну та цілісну систему економічних відносин, що виникають у процесі купівлі-продажу товарів і/або послуг, яка формується та функціонує внаслідок взаємодії учасників під впливом прямих і непрямих (опосередкованих) факторів соціально-економічного розвитку».

Наступним кроком у дослідженні є визначення сутності категорії «регіональний ринок легкових автомобілів».

Як відомо, головною характеристикою регіонального ринку є те, що він історично розвивається і функціонує в межах конкретної адміністративно-територіальної одиниці.

До середини ХХ століття процес виробництва легкових автомобілів називали автомобільною промисловістю. Однак до кінця минулого століття фахівці припинили розмежовувати поняття створення та реалізації автомобілів. Тому сьогодні під автомобільною промисловістю розуміють групу компаній та організацій, які займаються проектуванням, розробкою, виробництвом і продажем різних видів автомобільних транспортних засобів. Згідно з даними дослідників світового ринку товарів і послуг, автомобільна промисловість є

одним з найбільш важливих секторів світової економіки за обсягом кінцевих прибутків [9].

Ринок легкових автомобілів, передусім, є системою складних економічних відносин між усіма його учасниками, що стосуються реалізації готових автомобілів, тобто їх обміну на світові грошові еквіваленти. Зазначимо, що протягом останнього століття в автомобільній промисловості поступово зростає рівень монополізації. Це означає, що на ринку домінують кілька великих автовиробників та дилерів.

Історики зазначають, що автовиробництво як галузь світової економічної системи почало формуватися в кінці XIX століття в європейських країнах, зокрема в Німеччині та Франції. Згодом воно розвивалося і в США, Великобританії, Швейцарії, Канаді та інших країнах. Так, станом на 1900 рік Франція виробила близько 15 000 автомобілів, а США – 9 000 одиниць [10, с. 73]. Через 26 років США майже повністю взяли під контроль автовиробництво, випустивши 85% усіх автомобілів у світі. Зазначимо, що основними марками, які домінували на ринку, були Ford та Morgan (General Motors).

Транспортна промисловість є однією з ключових галузей економіки майже всіх країн світу. Вона виконує не тільки роль задоволення потреб населення в перевезеннях, а й сприяє захисту економічних інтересів держав та підвищенню якості життя громадян. Окрім того, стабільне функціонування ринку автомобілів є важливим чинником для забезпечення високого рівня обороноздатності як окремих держав, так і міжнародних об'єднань.

Основним продуктом на ринку легкових автомобілів є готовий автомобіль, який виконує низку важливих функцій. Завдяки цим функціям автомобільна промисловість має високий попит, що стимулює пропозицію та сприяє ефективному функціонуванню ринку. Основні функції включають:

- соціальну;
- стимулюючу;
- інтеграційну;
- структуроутворюючу;

– дистрибутивну [11].

Соціальна функція виявляється в тому, що завдяки зростанню доступності легкових автомобілів усі члени суспільства мають рівний доступ до соціально-економічної інфраструктури своєї країни. Стимулююча функція проявляється через інвестування в ринок автомобілів, що сприяє економічному зростанню держави. Інтеграційна функція діяльності авторинку полягає в створенні єдиної глобальної системи транспортних потоків автомобільної промисловості та маршрутних шляхів. Структуроутворююча функція полягає в тому, що транспортна галузь формує єдину структуру світового виробництва легкових автомобілів та регулює міжгалузеві пропорції. Рух легкових автомобілів на ринку є прикладом дистрибутивної функції.

Для того, щоб правильно зрозуміти суть ринку легкових автомобілів та визначити основний зміст його діяльності, слід проаналізувати загальні функції цього ринку. Ринок легкових автомобілів, як частина світової економічної системи, виконує такі ж функції, як і будь-який інший ринок товарів. В першу чергу, автомобільна промисловість повинна задовольняти потреби як виробників, так і споживачів, забезпечуючи ефективну взаємодію між ними. Ринок має сприяти встановленню справедливої ціни на товар та своєчасному інформуванню учасників про її зміни. Це дозволяє покупцям та продавцям укладати угоди за «правильною» ціною, що відповідає їхнім цілям. Додатково, важливою функцією ринку є стабілізація цін та регулювання попиту і пропозиції, що сприяє ефективному розподілу ресурсів.

Як було зазначено, ринок часто вважається регулятором виробництва, оскільки через управління цінами та іншими ринковими механізмами він визначає оптимальні пропорції для реалізації товарів. Крім того, ця регулююча функція виявляється в конкуренції, що, у свою чергу, сприяє впровадженню нових форм і методів виробництва, розширюючи диференціацію та покращуючи якість продуктів на ринку. Ринок легкових автомобілів також стимулює автовиробників до підвищення якості товарів і зменшення витрат. Окрім цього, все це відбувається в умовах обмежених ресурсів, тому ринок створює ефективні

варіанти їх використання для виробництва та реалізації необхідної кількості легкових автомобілів, надаючи автовиробникам інформацію про попит, що дозволяє їм ефективно організувати свою діяльність [12, с. 8].

Експерти ринку вважають, що важливою функцією ринку легкових автомобілів є очищення його простору від слабких учасників автомобільної промисловості. Однак, незважаючи на це, ринок все ж залишається єдиним економічним простором, що об'єднує всі автомобільні компанії та створює сприятливі умови для їх діяльності.

Усі перелічені функції тісно взаємопов'язані і реалізуються на практиці для забезпечення ефективного функціонування важливого елемента світової економічної системи – ринку легкових автомобілів.

Для глибшого розуміння суті та основних принципів функціонування автомобільного ринку необхідно здійснити аналіз його структури, визначивши ключові складові компоненти.

Як і в будь-якій економічній категорії, структура ринку легкових автомобілів включає ключові складові — суб'єкти та об'єкти ринку. Об'єктом у цьому випадку виступає товар, тобто вся продукція, представлена на ринку, а саме — готові легкові автомобілі. Серед суб'єктів ринку слід виокремити покупців, які формують попит, а також виробників і продавців автомобілів — промислові підприємства та автотрейдингові компанії, що займаються їх виготовленням і реалізацією. Важливу роль також відіграє держава в особі Верховного Уряду, який є основним представником владної сторони на ринку [13, с. 116].

Якщо розглядати детальніше, то до споживачів ринку легкових автомобілів, тобто до формувачів попиту, належать як фізичні особи — зокрема, домогосподарства, так і юридичні особи, серед яких на автомобільному ринку присутні різноманітні комерційні та державні установи.

Як уже зазначалося, товаром на ринку легкових автомобілів виступає готовий автомобіль — механічний транспортний засіб, який приводиться в рух за допомогою двигуна. Як і будь-який інший товар, легковий автомобіль має

відповідати попиту на світовому ринку, зокрема задовольняти потреби споживачів. На сьогодні проаналізовано структуру трьох рівнів споживчих бажань. У центрі будь-якої маркетингової стратегії лежать поняття нужди, потреби та запиту. Нужда, як правило, означає відчуття нестачі в необхідних або життєво важливих речах. Потреба — це ширше поняття, що формується під впливом культурного та соціального розвитку особистості. Запит же є конкретизованою формою потреби, яка визначається фінансовими можливостями людини, тобто залежить від рівня купівельної спроможності споживачів.

З огляду на те, що в сучасному суспільстві легковий автомобіль виступає одним із способів самовираження, цей товар можна розглядати як потребу. Водночас кожна людина має обмежені фінансові можливості, тож бажання споживачів на ринку реалізуються лише у формі платоспроможного попиту. Інакше кажучи, легкові автомобілі на відповідному ринку є запитом з боку споживачів, які формують попит [14].

Автомобільний ринок являє собою систему економічних відносин, у межах якої здійснюється взаємодія між учасниками ринку з метою обміну транспортних засобів на грошові ресурси.

Автомобільний ринок бере свій початок ще в XIX столітті, адже саме в цей період було створено перший автомобіль і започатковано розвиток автомобілебудування. Його формування та еволюцію значною мірою визначали технічні зміни в конструкції та вузлах автомобілів, а також удосконалення виробничих технологій — цей вплив зберігається і до сьогодні. Перші автомобілі були розраховані лише на двох пасажирів, однак із зростанням попиту та конкуренції почали випускати моделі, що вміщують чотири особи. На початковому етапі становлення автомобільного ринку бренди як такі ще не існували.

Спочатку автомобілі мали надзвичайно високу вартість, тож дозволити собі їх могли лише небагато людей. Згодом вони втратили статус розкішного товару й стали доступним засобом повсякденного користування.

Першою країною, де сформувався автомобільний ринок, стала Німеччина — саме там Карл Бенц створив перший автомобіль, який був запущений у продаж. Згодом до виробництва автомобілів долучилася Франція. Пізніше автомобілебудування почало розвиватися в США, Великій Британії, Канаді та інших країнах. Спочатку лідером за кількістю виготовлених автомобілів була Франція — близько 15 000 одиниць, друге місце займали США з показником 9 000. Проте вже через 26 років лідерство у галузі перейшло до Америки, яка випускала 85% усіх автомобілів у світі. Основними брендами того часу були Ford та Morgan [15].

Головним продуктом на ринку легкових автомобілів виступає готовий легковий автомобіль. Цей вид товару належить до категорії товарів тривалого користування та користується високим попитом.

Попит на легкові автомобілі формується під впливом двох груп чинників:

- 1) об'єктивних – таких як рівень доходів населення, інфляційні процеси, відсоткові ставки за кредитами та депозитами, а також валютний курс;
- 2) суб'єктивних – зокрема, ставлення споживачів до поточної економічної ситуації, їхні очікування щодо майбутніх змін, споживчі настрої та бажання оформити кредит.

Ринок легкових автомобілів є важливою складовою світової економіки, що виконує низку специфічних функцій, характерних для ринкових систем загалом, проте адаптованих до особливостей автомобільної галузі. До ключових функцій цього ринку належать:

- задоволення потреб покупців і продавців. Ринок легкових автомобілів виступає механізмом, через який реалізуються інтереси обох сторін — споживачів і виробників. Завдяки встановленню ринкової ціни та інформуванню учасників про її коливання, створюються умови для досягнення взаємовигідної домовленості, яка відображає поточний баланс попиту і пропозиції. Таким чином формується так звана «справедлива» ціна, що враховує економічні інтереси всіх учасників;

– регулювання ціни. Ціновий механізм на ринку легкових автомобілів дозволяє оперативно реагувати на зміни у співвідношенні попиту і пропозиції, сприяючи ефективному перерозподілу ресурсів у межах галузі. Наприклад, зростання попиту на електромобілі стимулює автовиробників до збільшення їх виробництва та інвестування у відповідні технології;

– очищення ринку від неконкурентоспроможних суб'єктів. Через ринкову конкуренцію відбувається природній відбір компаній, що не здатні забезпечити належний рівень якості продукції або ефективності виробництва. Такий процес є важливим для оновлення і вдосконалення структури автомобільного ринку.

Усі зазначені функції тісно взаємопов'язані між собою та забезпечують цілісність і стабільність функціонування ринку легкових автомобілів, сприяючи його динамічному розвитку.

Варто також зазначити, що до категорії легкових автомобілів належать транспортні засоби, призначені для перевезення пасажирів, які мають від двох до дев'яти сидячих місць (включаючи місце водія). Ця класифікація є загальноприйнятою в національному та міжнародному законодавстві та є основою для формування аналітики, обліку і регулювання в межах ринку.

Ринок легкових автомобілів є важливим сегментом сучасного споживчого ринку, що характеризується високою динамікою розвитку, широким асортиментом продукції та різноманітністю споживчих переваг. Для ефективного функціонування цього ринку необхідно враховувати як технічні особливості продукції, так і її класифікацію відповідно до функціонального призначення та розмірно-вагових характеристик.

У сучасній міжнародній практиці легкові автомобілі класифікуються на основі їхніх функціональних характеристик, що дозволяє структурувати ринок і задовольняти потреби різних категорій споживачів. Виділяють чотири основні типи легкових автомобілів:

– дорожні легкові автомобілі, призначені для експлуатації на дорогах загального користування. Вони становлять основу автопарку більшості країн;

- позашляховики (всюдиходи або джипи), які завдяки повному приводу та підвищеній прохідності здатні рухатися як дорогами загального користування, так і бездоріжжям;

- мінівени (monospace), які мають підвищену місткість (до 7–9 пасажирів) і є ідеальними для родинного користування або групових перевезень;

- автомобілі з підвищеними динамічними характеристиками, що мають високу швидкість, швидкий розгін та сучасний дизайн. Вони також використовуються на звичайних дорогах, але призначені для водіїв, які надають перевагу динаміці та спортивності.

Окрім функціонального поділу, важливою теоретичною основою аналізу ринку легкових автомобілів є їх класифікація за європейською системою, що враховує розміри кузова та передбачуваний рівень комфорту. Згідно з цією класифікацією, автомобілі поділяються на такі класи:

- клас А – малогабаритні автомобілі (довжина до 3,6 м, ширина до 1,6 м), що використовуються переважно для коротких поїздок;

- клас В – компактні автомобілі для міського та приміського руху (довжина до 4 м);

- клас С – автомобілі нижчого середнього класу з довжиною 3,9–4,4 м та шириною 1,6–1,75 м.;

- клас D – автомобілі середнього класу, що поєднують зручність, комфорт та доступну ціну;

- клас Е – представники вищого середнього класу, які забезпечують підвищений рівень комфорту та додаткові функції;

- клас F – автомобілі преміумсегменту (представницький клас), що відзначаються великою довжиною (від 4,6 м) і шириною (від 1,7 м), високою ціною та підвищеним рівнем оснащення [16, с. 27].

Для розуміння специфіки функціонування ринку легкових автомобілів необхідно, насамперед, визначити його структуру та основні елементи. Як і будь-

який інший ринок, автомобільний ринок складається з об'єктів та суб'єктів, які взаємодіють між собою в процесі купівлі-продажу товарів.

Об'єктом ринку в даному випадку є товар – легковий автомобіль, який представляє собою кінцеву продукцію автомобільної промисловості, що пропонується споживачам. Саме легкові автомобілі виступають основним товаром, навколо якого формується економічна діяльність на відповідному ринку.

Суб'єктами ринку є ті, хто бере участь у його функціонуванні, зокрема:

- споживачі (домашні господарства, державні та комерційні організації), які формують попит;
- виробники та продавці, що забезпечують пропозицію;
- держава, в особі центральної влади, яка здійснює регулювання ринку, встановлює норми, податкові умови, вимоги до безпеки та екологічності автомобілів тощо.

Функціонування ринку легкових автомобілів також передбачає складну логістичну та дистрибуційну систему, що охоплює всі етапи руху товару – від виробника до кінцевого споживача. Світова структура ринку легкових автомобілів може бути представлена у вигляді наступного ланцюга:

Автовиробник → імпортер → дилер → субдилер → експортер → споживач.

Кожен учасник цього ланцюга виконує певну функцію.

Імпортер закупає автомобілі за кордоном для подальшого продажу на внутрішньому ринку.

Дилер – це компанія або приватний підприємець, який закупає автомобілі оптом і реалізує їх у роздріб споживачам.

Субдилери виступають як посередники між дилером і кінцевим покупцем, забезпечуючи гнучкість і ширший доступ до товару.

Експортер – сторона, яка забезпечує вивезення товару з країни, з метою його реалізації на зовнішньому ринку.

Таким чином, ринок легкових автомобілів функціонує як складна економічна система з чітко визначеними ролями учасників і товарним фокусом

на автомобілях, а його ефективність залежить від збалансованості між попитом, пропозицією та державним регулюванням.

У багатьох країнах продаються не тільки нові автомобілі, але й вживані. Такі автомобілі можуть продавати не тільки автодилери, але й приватні особи, а також торгові представники компаній, що займаються реалізацією б/в автомобілів.

Споживачами легкових автомобілів на ринку є особи, які досягли 18 років. До покупців автомобілів відносяться як фізичні, так і юридичні особи. Фізичні особи здебільшого купують авто для особистого користування або з метою отримання прибутку. Юридичні особи, в свою чергу, можуть придбати автомобіль для розвитку бізнесу, зокрема для перевезення пасажирів, або ж для підвищення мобільності підприємства, що сприятиме зручності легкових перевезень.

У більшості країн світу на ринку купівлі-продажу легкових автомобілів основну частину від загальної кількості проданих автомобілів становлять вживані машини. Таким чином, існує вторинний ринок, на якому продавцями можуть бути не лише автодилери, але й приватні особи та представники компаній, що займаються реалізацією б/в автомобілів. Вони також взаємодіють зі споживачами безпосередньо.

Слід зазначити, що в цій системі також є певна кількість нових автомобілів, які надходять до покупців через неофіційні канали. Однак більшість легкових автомобілів потрапляє на ринок через укладання договорів з спеціалізованими організаціями, що займаються продажем, зокрема автотрейдинговими компаніями, чіими представниками є автомобільні дилери [17, с. 12]. Вони мають чітко визначену систему обов'язків, що стосується корпоративних норм і правил конкретного автовиробника, а також зобов'язані взяти на себе всі витрати, пов'язані з цим. Для того, щоб нова марка автомобіля з'явилась на вітчизняному ринку та надалі постачалась у визначених обсягах, необхідно пройти складний процес сертифікації та транспортування. Саме за ці витрати відповідають трейдингові компанії через своїх дилерів.

Ринок легкових автомобілів є складною системою економічних відносин, що формується між продавцями, покупцями та посередниками з метою обміну товару — автомобілів — на грошові кошти. Однією з ключових характеристик цього ринку є його багатогранна структура, яка включає як офіційних, так і неофіційних учасників.

Офіційні дилери — це підприємства, що мають відповідні угоди з виробниками автомобілів і діють у правовому полі. Проте поряд із ними функціонують так звані «сірі дилери», які займаються нелегальною перепродажем автомобілів певних марок без офіційного представництва. Їхня діяльність ускладнює контроль за якістю обслуговування та виконанням гарантійних зобов'язань.

Сучасний ринок легкових автомобілів характеризується не лише продажем готового товару, а й супутніми послугами, які розширюють функціональні можливості пропозиції. До таких послуг належать страхування, кредитування, встановлення протиугінних систем, продаж пального та мастильних матеріалів тощо. Це дозволяє виробникам і дилерам забезпечувати більш комплексне обслуговування клієнтів та формувати довготривалі споживчі зв'язки.

У межах ринку також діє конкуренція з боку товарів-замінників. До таких можна віднести громадський транспорт, який споживачі часто вважають економічнішим варіантом пересування. Окрім того, зростає популярність велосипедів як альтернативного засобу мобільності, особливо в умовах урбанізації та розвитку екологічної свідомості.

Трансформація автомобіля з предмета розкоші у масовий споживчий товар суттєво вплинула на розвиток ринку. Зростання попиту сприяє розширенню асортименту автомобілів, їх удосконаленню за якісними характеристиками, а також появі різноманітних цінових сегментів. Споживач отримує можливість вибору транспортного засобу відповідно до своїх потреб — від типу кузова і рівня комфорту до способу придбання (новий чи вживаний автомобіль, готівкова чи кредитна форма оплати).

Таким чином, ринок легкових автомобілів функціонує як гнучка економічна система, яка динамічно реагує на зміни споживчого попиту, конкурентного середовища та технологічних інновацій, забезпечуючи баланс інтересів виробників, продавців і споживачів.

Структура сучасного ринку легкових автомобілів відзначається широким асортиментом товарів. Основним продуктом є готовий автомобіль [18, с. 77]. Крім того, при придбанні легкового автомобіля більшість дилерів пропонують покупцям свої послуги з сервісного обслуговування, що включає гарантійний термін ремонту та забезпечення високої якості виконаних робіт.

Сегментація ринку легкових автомобілів є ключовим стратегічним напрямом для виробників і автодилерів. Вона передбачає поділ ринку на окремі сегменти з урахуванням різних характеристик автомобілів, а також потреб і переваг покупців. Основні переваги цього процесу включають:

- орієнтацію на цільові групи – сегментація дає змогу виробникам і автодилерам зосередити свої ресурси на певних категоріях покупців з подібними вимогами і потребами;
- підвищення ефективності маркетингу – завдяки сегментації можна точніше визначити цільову аудиторію і краще розуміти її потреби, що сприяє розробці більш ефективних маркетингових стратегій;
- інноваційний розвиток – виробники здатні виявляти незадоволені потреби або дефекти в окремих сегментах і створювати нові рішення, що відповідають цим вимогам;
- конкурентні переваги – зважаючи на сегменти ринку, виробники можуть розробляти автомобілі з унікальними характеристиками, які задовольняють специфічні потреби певних груп покупців.

## **1.2. Міжнародний ринок майнових авто: загальні тенденції**

Міжнародний ринок майнових (легкових) автомобілів демонструє стабільну динаміку зростання, що зумовлена як розвитком економік країн, так і

зростанням рівня добробуту населення. Висока насиченість автомобілями характерна для більшості розвинених країн Європи та світу — середній показник становить близько 600 автомобілів на 1000 осіб. Такий рівень забезпеченості є результатом тривалої стабільної економічної політики, високої купівельної спроможності населення та доступності кредитних і лізингових програм.

У країнах, що розвиваються, ринок демонструє стрімкий попит на вживані автомобілі, що пов'язано з нижчою ціною та більш доступними умовами придбання. Водночас глобальні тенденції, зокрема перехід на електротранспорт, зростання екологічної свідомості споживачів та впровадження цифрових технологій у виробництво й обслуговування авто, значною мірою впливають на структуру ринку.

Україна, порівняно з розвиненими країнами, має низький рівень автомобілізації — лише 232 автомобілі на 1000 осіб. Це свідчить про значний потенціал розвитку внутрішнього ринку. Проте для досягнення середньоєвропейських показників необхідно значне зростання обсягів імпорту та подальше оновлення автопарку. З огляду на обмежену кількість вітчизняних автовиробників і високий рівень залежності від імпортової продукції, розвиток ринку в Україні напряму пов'язаний зі світовими тенденціями, зокрема доступністю та цінами на вживані авто, рівнем підтримки брендів, а також глобальними змінами в автомобільній галузі.

Міжнародний ринок майнових (вживаних) автомобілів відіграє важливу роль у загальній структурі автомобільного ринку, доповнюючи первинний ринок і забезпечуючи продовження експлуатаційного циклу транспортних засобів. Однією з ключових тенденцій є зростання попиту на вживані автомобілі, що пов'язано з їхньою доступністю, зниженням цін порівняно з новими авто, а також розвитком цифрових платформ купівлі-продажу.

Особливо активно розвивається вторинний ринок у країнах, де доходи населення не дозволяють широкому колу споживачів купувати нові автомобілі. З іншого боку, у розвинених країнах значна частка вживаних авто надходить на

ринок завдяки оновленню автопарку, державним програмам утилізації старих авто та популяризації екологічно чистого транспорту.

У глобальному контексті простежується чітка тенденція до зростання частки екологічно чистих автомобілів — електромобілів і гібридів — як на первинному, так і на вторинному ринку. Це зумовлено як жорсткішими екологічними стандартами, так і змінами в споживацьких пріоритетах.

Прикладом регіонального прояву цих світових тенденцій є Україна, де за останні роки активно формувався цивілізований авторинок. Зокрема, у період 2020–2024 років імпорт вживаних автомобілів збільшився майже втричі, що свідчить про зростання попиту та лібералізацію ринку. У 2020 році обсяг вторинного ринку оцінювався на рівні 4–5 млрд доларів США, при цьому частка вживаних автомобілів досягала 80% у загальному обсязі ринку легкових авто.

Упродовж останнього десятиліття міжнародний ринок майнових автомобілів демонструє як значні коливання, так і тенденцію до поступового зростання, особливо в сегменті легкових і легких комерційних авто. Досвід України у 2021 році відображає характерні риси глобального ринку — зростання обсягів продажу, зміщення попиту в бік середнього та преміального сегментів, а також підвищення середньої вартості автомобіля.

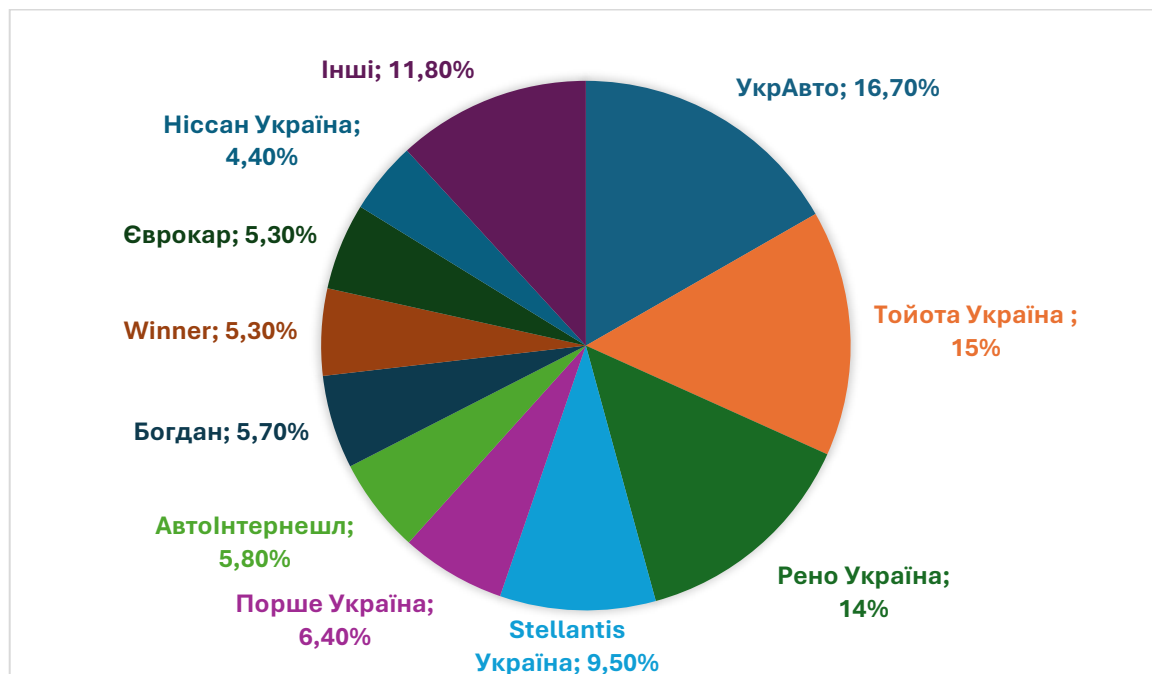
У 2021 році український ринок нових автомобілів сягнув рекордної позначки з 2020 року, — близько 3 млрд євро, що на 22% більше у порівнянні з попереднім роком. Це свідчить про відновлення споживчої активності після кризових років, що характерно й для інших країн. Середня вартість нового автомобіля становила 26,5 тис. євро, що на 46% більше у порівнянні з 2023 роком, коли вона складала приблизно 18 тис. євро.

Структура витрат населення на нові автомобілі показує сталу тенденцію: домінування середнього сегмента (Volume), який охоплює близько 60% загального обсягу продажів. Преміальний сегмент займає приблизно 30%, а на бюджетні авто (Low Cost) припадає лише 10%. Це свідчить про зростання запитів споживачів на якість, комфорт і додаткові функції, що також спостерігається на глобальному ринку.

Цікаво, що основним рушієм ринку залишаються фізичні особи, на яких у 2021 році припадало понад 62% всіх витрат на придбання нових автомобілів. Це збігається з міжнародною тенденцією персоніфікації ринку, де основну роль відіграють кінцеві споживачі, а не корпоративні клієнти.

Національні ринки, включно з українським, також відображають зростаючу конкуренцію між великими автовиробниками. Наприклад, корпорація «УкрАвто» у 2021 році стала лідером за обсягами продажу, збільшивши їх на 59%, випередивши «Toyota Україна» та «Renault Україна». Така динаміка характерна й для світового ринку, де спостерігається активна ротація лідерів у залежності від змін споживчого попиту, логістичних можливостей і маркетингових стратегій.

На рис. 1.1 представлені найбільші учасники українського авторинку у 2021 році за кількістю проданих автомобілів.



*Рис. 1.1. - Найбільші оператори українського авторинку у 2021 р.*

*Джерело: [19]*

Міжнародний ринок майнових автомобілів упродовж останніх років демонструє як зростання, так і нестабільність, зумовлену глобальними економічними, логістичними та політичними факторами. У 2021 році, попри дефіцит нових автомобілів у багатьох країнах, загальносвітовий попит залишався високим. Лідером продажів за підсумками року стала марка Toyota, що закріпила свої позиції як найпопулярніший автомобільний бренд у світі. Аналогічну тенденцію було зафіксовано і в Україні, де Toyota, Renault та Kia очолили рейтинг продажів.

Однак починаючи з 2022 року, загальні тенденції ринку почали змінюватися під впливом геополітичної нестабільності, зокрема повномасштабної війни в Україні. Військові дії призвели до суттєвого скорочення продажів на українському ринку: у квітні 2022 року реалізація нових авто зменшилася на 87% порівняно з аналогічним періодом попереднього року. Це свідчить про вразливість автомобільного сектору до зовнішніх шоків.

На глобальному рівні дефіцит мікрочипів, порушення логістичних ланцюгів та економічна невизначеність також продовжували гальмувати відновлення ринку. При цьому аналітики зазначають, що попит на майнові автомобілі в середньо- та довгостроковій перспективі залишатиметься високим, особливо з урахуванням розвитку електромобільного сегмента.

У нових умовах важливою тенденцією стає активне використання онлайн-каналів продажу та цифрових сервісів для залучення клієнтів. Виробники та дилери вимушені адаптувати свої стратегії до змін поведінки споживачів, орієнтуючись на зручність, швидкість та безпечність придбання автомобіля. Це свідчить про перехід ринку до нової цифрової ери, що створює як виклики, так і нові можливості для гравців галузі.

У табл. 1.1 представлено ключові показники відвідуваності сайту ТОВ «Сервісний центр «Діамант», офіційного дилера автомобілів Toyota у Львівській області.

**Таблиця 1.1 - Основні показники відвідуваності сайту ТОВ  
«Сервісний центр «Діамант» за червень 2022 р.**

Показники	Значення
Середня кількість відвідувачів сайту за місяць, тис. разів	6,5
Середня тривалість візиту, хв	1,43
Середня кількість переглянутих сторінок за візит	2,21
Частота відмов, %	51,3

Джерело: [20]

У сучасних умовах розвитку цифрових технологій усе більшу роль у формуванні глобального ринку майнових авто відіграє онлайн-простір. Пошукова оптимізація, реклама, соціальні мережі та інші інструменти цифрового маркетингу істотно впливають на купівельну активність споживачів.

Показовим прикладом є діяльність ТОВ «Сервісний центр «Діамант», який функціонує на автомобільному ринку України. Аналіз його цифрової присутності засвідчив наявність типових для міжнародного ринку проблем: високий показник відмов (понад 50%), низький рівень залучення користувачів (менше 2 хвилин перебування на сайті), а також обмежене охоплення аудиторії через окремі канали просування. Зокрема, спостерігається відсутність трафіку від медійної реклами та поштових розсилок, слабкий розвиток реферального та соціального трафіку.

Ці фактори є характерними не лише для окремих гравців ринку, а й для ринку загалом, особливо в країнах, де рівень діджиталізації процесів продажу авто ще перебуває на етапі активного формування. Світова тенденція полягає в інтеграції багатоканального маркетингу з метою досягнення максимальної взаємодії з цільовою аудиторією, підвищення конверсії та зміцнення позицій на ринку.

**Таблиця 1.2 - Аналіз трафіку на сайт ТОВ «Сервісний центр  
«Діамант» за червень 2022 р.**

Види трафіку	Значення	Види трафіку	Значення
Прямий	34,21%	Соціальні мережі	0%
Реферальний	11,16%	Поштова розсилка	0%
Пошуковий	54,63	Медійна реклама	0%

Джерело: [21]

Високий рівень відмов на вебсайті ТОВ «Сервісний центр «Діамант» є важливим індикатором недостатньої залученості користувачів і вказує на необхідність оптимізації контенту та поліпшення досвіду користувача. Ця проблема є типовою не лише для локальних ринків, а й для міжнародного ринку майнових авто, де важливим є забезпечення якісного контенту, що привертає увагу потенційних покупців і стимулює їх до подальших дій.

Аналіз показує, що високий рівень відмов може бути спричинений недостатньою інформацією на сайті, яка б могла зацікавити відвідувачів і спонукати їх до тривалішого перебування на ресурсі. Сучасні тенденції на міжнародному ринку майнових авто вимагають від підприємств створення інтерактивного і змістовного контенту, який би забезпечував глибоке розуміння продукту, знижував рівень відмов і підвищував ефективність онлайн-продажів.

У світі вживаються різні стратегії для зниження рівня відмов, включаючи покращення дизайну вебсайтів, підвищення якості інформаційного наповнення та персоналізацію пропозицій (табл. 1.3).

**Таблиця 1.3 - Рекомендовані для дилерів на ринку автомобілів України заходи щодо зменшення кількості відмов на їх сайтах**

Напрями	Заходи
Збільшення швидкості завантаження сайту	Впровадження мережі доставки контенту (CDN)
Покращення навігації на сайті	Використання сервісу AskUsers, що дозволить зменшити кількість відволікаючих чинників на сторінках сайту
Підвищення мобільності сайту	Розроблення адаптивного дизайну, який допоможе забезпечити оптимальне сприйняття сайту на різних пристроях і в браузерях
Покращання дизайну сайту	Розроблення нового дизайну, враховуючи, що візуально складні сайти не настільки привабливі, як прості
Покращання читабельності текстів	Перевірка читабельності текстів та покращання її за допомогою онлайн-інструментів Readability.io, ContentYoda
Збереження актуальності контенту на сайті	Оновлення контенту релевантною та корисною інформацією, доцільно також додавати дати публікації чи оновлення, щоб відвідувачі були впевнені у її актуальності
Визначення та усунення непрацюючих посилань	Використання сервісу Google Search Console, що є інструментом для аналізу непрацюючих посилань
Оптимальне використання рекламних звернень	Відокремлення контенту від рекламних оголошень на сайті

Джерело: складено на основі [22]

Для досягнення цих цілей компанії повинні активно використовувати аналітичні інструменти для дослідження поведінки відвідувачів та адаптації контенту відповідно до їхніх потреб і очікувань.

Міжнародний ринок майнових автомобілів переживає значні зміни, спричинені розвитком цифрових технологій, які активно впливають на рекламну діяльність автодилерів. Зокрема, зростає значення онлайн-реклами, яка дозволяє не тільки підвищити впізнаваність бренду, але й зростити конкурентоспроможність підприємств на ринку. Сучасні маркетингові стратегії включають активне використання контекстної реклами, таргетування в соціальних мережах, медійну рекламу та пошукове просування, що дозволяє досягти високих результатів при правильному підборі ключових слів та адаптації контенту для мобільних платформ.

Однією з ключових тенденцій є інтенсивний розвиток онлайн-продажів, що дозволяє автодилерам залучати більше клієнтів без необхідності розширення фізичної присутності. У зв'язку з цим, удосконалення функціональності веб-сайтів, поліпшення навігації, підвищення швидкості завантаження та мобільності стають необхідними заходами для зменшення відмов і покращення взаємодії з потенційними покупцями.

Крім того, в умовах економічних викликів, таких як війна, зростає важливість коригування маркетингових стратегій, спрямованих на підтримку та залучення споживачів. Автодилери повинні адаптувати свої стратегії до нових реалій, зокрема, активно працюючи над збільшенням реферального трафіку та взаємодії з соціальними медіа. Такий підхід не лише покращить фінансові показники, але й дозволить утримувати конкурентоспроможність на ринку легкових автомобілів, що в Україні, незважаючи на складну ситуацію, демонструє великі перспективи для подальшого розвитку.

Для прогнозування глобального ринку легкових автомобілів необхідно в першу чергу виявити основні чинники, які впливають на розмір ринку, оцінити значущість їхнього впливу та вивчити статистичні дані попередніх років. Таким

чином, до основних факторів, що визначають динаміку цього ринку та його обсяг, можна віднести:

1. Економічні фактори:

- рівень доходів населення;
- інфляційні процеси;
- рівень безробіття;
- співвідношення доходів населення та вартості автомобіля;
- темпи зростання та показники глобального ВВП;
- індекси на фондових ринках;
- стабільність валютних курсів;
- рівень споживчих витрат та споживання.

2. Ринкові фактори:

- рівень моторизації ринку;
- статистика продажу автомобілів та динаміка за попередні роки.

3. Фактори навколишнього середовища та інфраструктури:

- ціна пального;
- розвиток інфраструктури (шосейні дороги, транспортні коридори,

наявність заправних станцій тощо);

- розвиток альтернативних видів транспорту;
- темпи зростання та чисельність світового населення.

4. Характеристики продукту:

- ціна автомобіля;
- витрати на обслуговування та утримання автомобіля;
- експлуатаційні характеристики, такі як споживання пального та рівень

безпеки;

- доступність та розвиток сервісних послуг від автомобільних дилерів.

5. Політичні фактори:

- політична стабільність;
- відсутність воєн та конфліктів у світі та на основних ринках.

Нещодавно на українському автомобільному ринку набули популярності дилерські мережі, які сприяють підвищенню швидкості збуту автомобілів, відзначаються високою конкурентоспроможністю, знижують витрати обігу на одиницю реалізованого товару, оперативно реагують на зміни ринкової ситуації та застосовують сучасні методи продажу. Однак через специфіку своєї діяльності дилерські мережі мають низку особливостей функціонування та розвитку.

Створення дилерських мереж є ключовим стратегічним напрямом розвитку процесу продажу автомобілів. Тип торговельної організації, заснований на принципі корпоративної дилерської мережі, має дві важливі особливості, що значно підвищують конкурентоспроможність цієї форми торгівлі на сучасному ринку: централізація торгових функцій дозволяє знизити витрати на організацію технологічних процесів завдяки «ефекту масштабу», а єдине керівництво всіма підприємствами дилерської мережі забезпечує потужний опір конкурентам.

Генеральна дирекція корпоративної мережі підприємства-виробника розробляє єдину для всіх дилерів торгову політику, що включає вибір конкретних методів продажу, формування асортименту товарів, методи стимулювання збуту та визначення розмірів торгових надбавок.

Варто зазначити, що використання дилерських мереж є найбільш ефективним способом забезпечення комунікаційних зв'язків як для продавця, так і для покупця. Крім того, наявність розвинутої дилерської мережі сприяє підвищенню ефективності торгових операцій і надає такі конкурентні переваги:

- збільшення оперативності збуту автомобілів, що сприяє прискоренню обороту капіталу та, відповідно, зростанню прибутку;
- дилерські мережі підтримують тісніший контакт з покупцями і швидше реагують на зміни ринкової кон'юнктури, що дозволяє реалізовувати товар на вигідних умовах;
- виникає можливість підвищити конкурентоспроможність продукції через скорочення термінів постачання з центральних складів головної компанії, а для деяких товарних груп — завдяки організації передпродажного сервісу і подальшого технічного обслуговування.

Специфіка автомобільного ринку України включає такі аспекти [23, с. 13]:

- пряма залежність від купівельної спроможності споживачів;
- сезонність;
- нестабільність законодавства та оподаткування;
- наявність банківських послуг.

Характерними рисами українського автомобільного ринку є:

– український автомобільний ринок належить до одних із важкодоступних за обсягами реалізації, що обумовлено політичною, економічною та валютною нестабільністю країни;

– спостерігається зворотне співвідношення прибутковості компаній від продажу автомобілів та обслуговування автотранспорту: в Україні 80% прибутку приносить продаж, а в світі цей показник становить 20%, тоді як на обслуговування автомобілів (СТО) в Україні припадає 20%, а у світі – 80%;

– понад 50% українців придбали автомобілі в кредит;

– до світової фінансової кризи ринок демонстрував бурхливий розвиток з тенденцією до купівлі дорогих марок автомобілів, причому українці купували автівки, що перевищували їхні доходи;

– фінансова криза та її основні ознаки – дефіцит позикових коштів, високі відсоткові ставки за кредитами, їх недоступність, зміни валютного курсу, скорочення зарплат і доходів, звільнення співробітників – значно вплинули на обсяги продажу автомобілів і загальну ситуацію на ринку;

– кризова ситуація призвела до закриття численних автосалонів.

З огляду на вищезазначене, можна виокремити фактори, що впливають на успішність діяльності українських автодилерів. До таких факторів належать [24]:

- стабільність економічної та політичної ситуації в країні;
- популярність бренду;
- формування цін;
- наявність супутніх послуг;
- стабільність і прогнозованість ринку;

- маркетингова активність дилерів.

Автодилери в Україні, що користуються найбільшим попитом, мають такі характеристики [25]:

- наявність можливості тест-драйву (80%);
- рівень цін на автомобілі (69%);
- зручність розташування автосалону (48%);
- можливість придбання автомобіля в кредит (30%).

На 2024 рік світові продажі легкових автомобілів склали близько 75 мільйонів одиниць. Китай є найбільшим автомобільним ринком у світі як за обсягом попиту, так і пропозиції. У 2024 році країна виробила понад 20 мільйонів легкових автомобілів. Згідно з прогнозами, до 2020 року виробництво автомобілів у Китаї досягне близько 35 мільйонів одиниць, оскільки, зважаючи на чисельність населення, ринок легкових автомобілів має значний потенціал.

Менш ніж за 15 років на дорогах КНР буде налічуватись близько 200 мільйонів автомобілів, проте загальний показник на одну особу залишатиметься меншим за одне авто [26].

На сьогоднішній день, після Китаю, Сполучені Штати Америки займають друге місце за обсягами виробництва легкових автомобілів у світі. У минулому році США виготовили понад 17 мільйонів автомобілів, з яких майже 7 мільйонів було експортовано. Автомобільний ринок США став одним з лідерів у 1990-х роках, коли компанія Ford започаткувала масове виробництво своїх моделей. Сучасна компанія Ford Motor, як і двадцять років тому, залишається серед провідних автовиробників, зокрема завдяки своїй популярній моделі Ford Focus, яка у 2020 році потрапила до п'ятірки найпопулярніших і найбільш продаваних автомобілів у світі. Цікаво, що станом на 2020 рік у США на кожну тисячу жителів припадало близько 850 автомобілів, що означає, що лише діти, які не досягли 16 років, не мають власного авто [27].

У 2020 році серед найбільших автовиробників за рівнем прибутковості лідируючі позиції посіли марки General Motors, Toyota та Volkswagen. Зокрема, Toyota наразі є автомобільним брендом з однією з найвищих оцінок вартості.

Японський автовиробник Toyota Motor Corporation є багатонаціональною компанією і найбільшим у світі виробником автомобілів.

Європейський Союз також продемонстрував значні прибутки, виготовивши майже 15 мільйонів легкових автомобілів з січня по грудень 2020 року. Наступними за обсягами виробництва є такі країни, як Японія (приблизно 4 мільйони), Індія (майже 3 мільйони) та Бразилія (близько 2 мільйонів автомобілів).

### **Висновки до розділу 1**

Ринок легкових автомобілів є складною економічною системою, яка формується внаслідок взаємодії попиту та пропозиції, що визначають ціноутворення та обсяги реалізації товарів. Аналіз теоретичних засад цього ринку дозволяє зрозуміти його роль у глобальній економічній системі, а також виявити основні фактори, які визначають його функціонування. Окремо слід зазначити важливість ринку як відкритої системи, в якій активно взаємодіють не лише виробники та споживачі, але й численні посередницькі структури, державні та міжнародні організації. Ринок легкових автомобілів виконують кілька ключових функцій, серед яких можна виділити соціальну, стимулюючу, інтеграційну, структуроутворюючу та дистрибутивну. Завдяки цим функціям автомобільна промисловість сприяє економічному зростанню, покращенню соціальних умов та підвищенню якості життя громадян, забезпечуючи одночасно сталий розвиток національних та міжнародних економік. Важливою рисою є також роль конкуренції, яка виступає як механізм регулювання виробництва та стимулює впровадження інновацій, підвищення якості продукції та зниження витрат.

Міжнародний ринок майнових автомобілів демонструє стабільну динаміку зростання, зокрема завдяки розвитку економік та підвищенню рівня добробуту населення. У розвинених країнах відзначається висока насиченість автомобілями, що зумовлено доступністю кредитних та лізингових програм, а

також стабільною економічною політикою. У країнах, що розвиваються, спостерігається високий попит на вживані автомобілі через їхню доступність за ціною.

З глобальних тенденцій варто відзначити зростання інтересу до електричних і гібридних автомобілів, що пов'язано з підвищенням екологічної свідомості споживачів і впровадженням новітніх технологій у виробництво. В Україні спостерігається значний потенціал розвитку автомобільного ринку, зокрема через зростання обсягів імпорту вживаних автомобілів. Водночас, попри обмежену кількість вітчизняних автовиробників, український ринок активно адаптується до світових тенденцій.

## РОЗДІЛ 2

### ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ ЛЕГКОВИХ АВТОМОБІЛІВ В УКРАЇНІ: АНАЛІЗ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

#### 2.1. Аналіз розвитку ринку легкових автомобілів в Україні (2020-2024)

Ринок легкових автомобілів в Україні має специфічні особливості, які визначають його розвиток у період з 2020 по 2024 рік. Серед основних чинників, які впливають на його функціонування, можна виділити неефективне використання ресурсів в автомобільній промисловості, зокрема через застарілі технології та обладнання, що використовуються для виробництва автомобілів. Ця проблема призводить до зниження ефективності виробництва, що впливає на загальний стан ринку.

Основними характеристиками ринку легкових автомобілів в Україні є:

- пряма залежність від купівельної спроможності споживачів. Зміни в економічному становищі країни, а також коливання валютних курсів та рівень доходів населення значно впливають на попит на автомобілі. В умовах економічної нестабільності та кризових явищ у 2020–2021 роках спостерігалася тенденція до зниження попиту на нові автомобілі, в той час як у 2022-2023 роках ринок почав поступово відновлюватися завдяки покращенню економічної ситуації та стабілізації курсу національної валюти;
- сезонність. Ринок легкових автомобілів в Україні має виражену сезонність, що обумовлено кліматичними умовами та традиційними періодами активних покупок. Найбільший попит спостерігається у весняно-літній період, що збігається з початком нового автомобільного сезону та підготовкою до відпочинку. Однак, з огляду на кризові явища в економіці, сезонність дещо згладжена в останні роки;
- нестабільність законодавства та оподаткування. Постійні зміни в законодавчій та податковій сферах впливають на ринок. У період з 2020 по 2024

рік спостерігалася нестабільність у питаннях митного регулювання, ПДВ на імпорт автомобілів, а також питання субсидій та державної підтримки. Це створювало певні труднощі для компаній, що працюють на ринку, зокрема, через ризики для довгострокового планування бізнесу;

– доступність послуг банківського сектору. Банківський сектор має значний вплив на ринок через кредитування покупців автомобілів. Проблеми в доступності кредитів, високі процентні ставки, а також економічні кризи, що мали місце в цей період, значно обмежували можливості покупців придбати нові автомобілі через кредитні програми. Однак після стабілізації економічної ситуації в Україні з'явилися програми підтримки автокредитування, що сприяло відновленню попиту на автомобілі в 2023-2024 роках.

Характерною рисою ринку легкових автомобілів є його висока складність за обсягами реалізації. За останні кілька років ринок відзначався кризовими явищами, проте, з огляду на покращення економічної ситуації, у 2024 році спостерігається тенденція до відновлення. Так, після 2020 року ринок почав поступово оживати, але і надалі залишається високий рівень конкуренції серед автодилерів та виробників.

Згідно з аналізом прибутковості компаній, 80% ринку автомобілів в Україні демонструє зворотне співвідношення прибутковості. Це свідчить про те, що лише невелика частина компаній змогла зберегти високі показники прибутковості, у той час як більшість учасників ринку змушені працювати на мінімальних маржах через низький попит та високу конкуренцію.

Міжнародний ринок легкових автомобілів у період 2020-2024 років демонстрував складну динаміку відновлення після глобальних викликів, включаючи пандемію COVID-19, геополітичні конфлікти та технологічні трансформації. За даними Міжнародної організації автовиробників (OICA), цей період характеризувався значними коливаннями виробництва та продажів, а також кардинальними змінами в структурі попиту [19].

У 2020 році світове автовиробництво зазнало найбільшого падіння за останнє десятиліття. Було вироблено 77,6 мільйона автомобілів, що стало

зниженням на 16% порівняно з попереднім роком [20]. Виробництво автомобілів скоротилося на 21,6% в Європі до 21,56 мільйона одиниць, на 22% у Північній Америці до 20,15 мільйона одиниць та на 30% у Південній Америці до 3,3 мільйона одиниць. Азіатський регіон, незважаючи на те що на нього припадає майже половина світового виробництва, також показав 10-відсотковий спад до 49,33 мільйона одиниць.

Китай зберіг лідерство в автовиробництві навіть у кризовий 2020 рік, виготовивши 25,2 мільйона автомобілів, що лише на 2% менше ніж у 2019 році. Це становило третину від загального світового виробництва. Друге місце посіли США з 8,8 мільйона одиниць, третє – Японія з 8,0 мільйона автомобілів [20].

Відновлення галузі розпочалося у 2021-2022 роках та набрало обертів у 2023 році. У 2022 році глобальне виробництво автотранспортних засобів становило понад 85 мільйонів одиниць, що на 6% перевищило результат попереднього року [27]. Найбільшу частку в цьому обсязі склали легкові автомобілі – 61,6 мільйона одиниць, що означало зростання на 8% відносно 2021 року. Легких комерційних автомобілів було виготовлено майже 19,9 мільйона одиниць з приростом 7%.

Перша половина 2023 року продемонструвала стабільне зростання світового автопрому. Виробництво автотранспорту склало 44,035 мільйона одиниць, що на 12% більше ніж за аналогічний період 2022 року [24]. З цієї кількості легкових автомобілів було виготовлено 31,47 мільйона одиниць з приростом 13%, легких комерційних автомобілів – 10,53 мільйона одиниць (+10%), великих вантажних автомобілів – 1,88 мільйона одиниць (+9%), автобусів – 141,8 тисячі одиниць.

Китай продовжував утримувати лідерство, виготовивши в першій половині 2023 року понад 13,2 мільйона одиниць автотранспорту з приростом 9% порівняно з аналогічним періодом 2022 року. Друге місце посіли США з результатом близько 5,5 мільйона одиниць (+12%), третє – Японія з 4,3 мільйона одиниць (+19%). До першої п'ятірки також увійшли Індія з 2,9 мільйона одиниць (+9%) та Південна Корея з 2,2 мільйона одиниць (+24%) [24].

Революційні зміни відбулися в сегменті електромобілів. У 2024 році глобальні продажі електромобілів зросли на 25% порівняно з 2023 роком, досягнувши рекордного рівня 17,1 мільйона автомобілів з підключенням до електромережі [13]. Це значне зростання порівняно з 13,6 мільйона у 2023 році та 10,4 мільйона у 2022 році. У Китаї продажі електромобілів зросли на 40% у 2024 році, причому в грудні було встановлено черговий місячний рекорд – понад 1,3 мільйона одиниць.

Структура міжнародного ринку за регіонами у 2024 році включала: Китай – 8,7 мільйона електромобілів (+40%), США – 4,3 мільйона (+9%), ЄС, Європейська асоціація вільної торгівлі та Велика Британія – 3 мільйони (-3%), інші країни світу – 1,3 мільйона (+27%) [13].

Початок 2025 року демонструє продовження позитивних тенденцій відновлення ринку. У січні 2025 року міжнародний ринок нових легкових автомобілів показав зростання з загальною кількістю проданих авто 6,782 мільйона одиниць, що на 1,9% перевищує показник за аналогічний період минулого року [4]. Найбільше автомобілів було реалізовано в Китаї – 1,963 мільйона одиниць, хоча це на 1,4% менше ніж у січні 2024 року.

У лютому 2025 року глобальні продажі нових легкових та комерційних автомобілів склали 6,565 мільйона одиниць, що на 8,3% більше ніж у лютому 2024 року [2]. Китай продемонстрував найпомітніше зростання в річному порівнянні – продажі склали 1,626 мільйона автомобілів, що на 36% більше ніж за відповідний період попереднього року.

Європейські ринки показали різноспрямовані тенденції. У першому кварталі 2025 року ринок нових легкових автомобілів у країнах ЄС впав майже на 2% порівняно з аналогічним періодом минулого року до 2,715 мільйона одиниць [5]. Водночас спостерігалися структурні зміни в джерелах енергії: гібриди показали зростання на 17% до 1,171 мільйона одиниць, електромобілі – зростання на 24% до 413 тисяч одиниць, тоді як бензинові автомобілі скоротилися на 21% до 780 тисяч одиниць.

Цифровізація також стала важливим трендом періоду 2020-2024 років. Пандемія прискорила впровадження онлайн-каналів продажу та цифрових сервісів для залучення клієнтів. Виробники та дилери змушені були адаптувати свої стратегії до змін поведінки споживачів, орієнтуючись на зручність, швидкість та безпечність придбання автомобіля [14].

**Таблиця 2.1 - Виробництво легкових автомобілів в Україні в розрізі виробників, тис. шт**

Виробники	2020	2022	2024
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

Джерело: складено автором самостійно на основі [28].

За даними AUTO-Consulting, з січня по червень 2023 року українці придбали 29 314 нових легкових автомобілів на суму майже \$1 млрд, що на 85% більше, ніж за аналогічний період минулого року. Кількість проданих автомобілів перевищила показник попереднього року майже на 58%, що свідчить про зростання попиту на автомобілі серед українських споживачів.

Досить оптимістично дивиться на подальше зростання продажів і директор компанії «АВТО-Консалтинг» Олег Омельницький. Він прогнозує, що до кінця 2023 року продажі нових автомобілів можуть зрости до 70 000 одиниць проти 40 000 автомобілів, проданих у 2022 році. Це зростання буде найвищим за останні роки і може навіть перевищити рівень продажів у рекордному 2021 році, коли було продано майже 104 000 нових автомобілів [29].

Нині автомобільний ринок в Україні демонструє більш позитивну динаміку, ніж у попередні періоди, зокрема у 2020-2021 роках. Подібні темпи зростання спостерігаються і на ринку комерційних автомобілів, де зростання склало 52% порівняно з першим півріччям 2022 року.

Основні причини такого динамічного зростання автомобільного ринку в Україні можна пояснити наступним чином:

Економічні чинники: Незважаючи на незначне падіння ВВП у першому кварталі 2023 року, прогнози подальшого розвитку економіки вказують на певне відновлення та зростання споживчого попиту.

Політична нестабільність: умови бойових дій у деяких регіонах країни можуть спонукати підприємства та громадян замінити свій автопарк на більш сучасні та безпечніші транспортні засоби.

Зміни в уподобаннях споживачів: в умовах економічної нестабільності споживачі частіше обирають продукти вищої якості та надійності, що може пояснити зростання попиту на автомобілі преміум-класу [30, с. 261].

Крім того, за словами старшого економіста Центру економічних досліджень Юрія Гайдая, зростання автомобільного ринку є позитивним показником довгострокових перспектив розвитку країни. Український автомобільний ринок може продовжувати демонструвати стабільне зростання за рахунок збільшення попиту на автомобілі різного класу та призначення. Сьогодні в Україні окремі марки автомобілів набувають все більшої популярності та знаходяться в центрі уваги українських споживачів. Ось деякі з найпопулярніших марок автомобілів, які зараз купують в Україні:

– Renault: Автомобілі цієї французької марки дуже популярні серед українців завдяки сучасному дизайну, надійності та доступній ціновій категорії.

– Skoda: Чеський виробник Skoda також займає помітне місце на українському ринку завдяки своїм просторим і комфортним моделям, які користуються популярністю серед сімейних покупців.

– Hyundai: автомобілі Hyundai набувають популярності завдяки своїм технологічним рішенням, економії палива та сучасному дизайну.

– Volkswagen: Німецький бренд Volkswagen завжди займав перше місце в списку автовибору в Україні, пропонуючи якісні автомобілі з високим рівнем безпеки та комфорту [31, с. 23].

Ці автомобільні бренди стабільно займають лідируючі позиції на українському ринку завдяки своїм характеристикам, вартості та інноваційним технологіям, які пропонують українським водіям.

Середня вартість нових автомобілів в Україні в першому півріччі 2023 року становила близько €33 тис.

Зростання продажів автомобілів в Україні також може бути обумовлено змінами в структурі попиту на транспортні засоби. Геополітична нестабільність і зміни споживчих переваг також впливають на структуру попиту на автомобільному ринку.

Варто також зазначити, що стабілізація ринку нових автомобілів в Україні, підтверджена зниженням середніх цін, сприяє підвищенню доступності автомобілів для широкого кола споживачів, що може стимулювати додатковий попит у другій половині року [32, с. 178].

Прогнози щодо подальшого розвитку автомобільного ринку в 2024 році також є позитивними, оскільки зростання попиту на транспортні засоби в умовах економічних і політичних труднощів демонструє здатність української економіки адаптуватися і розвиватися в умовах невизначеності.

Враховуючи ці фактори, можна очікувати подальшого позитивного розвитку українського автомобільного ринку, що сприятиме загальному відновленню економіки та підвищенню довіри до інвестиційного середовища в країні.

Загалом із січня по серпень 2021 року в Україні вироблено 5801 одиницю транспортних засобів, що в 2,6 рази більше, ніж за аналогічний період минулого року: легкових автомобілів — 5326 (+ 193%); комерційного транспорту — 20 (-29%); автобусів — 455 (+ 16%) [33].

В Україні очікується зростання попиту на надбудови кузовів (самоскиди, фургони для аварійно-рятувального обладнання та роторні машини), нові автомобілі швидкої допомоги, вантажопасажирські та бортові автомобілі на базі легких комерційних автомобілів.

Ринок легкових автомобілів в Україні у період 2020–2024 років зазнав суттєвих змін під впливом як внутрішніх, так і зовнішніх факторів. Початок цього періоду був відзначений пандемією COVID-19, яка спричинила тимчасове скорочення попиту на нові авто через загальне падіння купівельної спроможності населення, логістичні труднощі та перебої у виробництві автомобілів на світовому рівні. У 2020 році спостерігалось зменшення кількості первинних реєстрацій як нових, так і вживаних автомобілів, імпорт яких також зазнав зниження.

У 2021 році ринок почав поступово відновлюватися, що було обумовлено стабілізацією економічної ситуації, відновленням ділової активності та певним зростанням доходів населення. Водночас активізувався імпорт вживаних автомобілів, зокрема з країн Європейського Союзу. Політика лібералізації умов ввезення, в тому числі скасування акцизів та зниження митних платежів на певні категорії транспортних засобів, сприяла збільшенню частки імпортованих авто на вторинному ринку [34].

2022 рік став критичним для ринку легкових автомобілів у зв'язку з початком повномасштабної війни. Бойові дії, руйнування інфраструктури, скорочення доходів громадян, порушення логістичних ланцюгів та значна невизначеність щодо майбутнього призвели до різкого падіння продажів. Багато автосалонів тимчасово припинили діяльність, імпорتنі операції були ускладнені, а попит значною мірою зосередився на дешевих вживаних автомобілях, які стали альтернативою громадському транспорту в умовах загрози безпеці.

У 2023 році ринок демонстрував ознаки часткової стабілізації. Завдяки підтримці з боку міжнародних партнерів та адаптації економіки до умов воєнного часу, відбулося зростання кількості реєстрацій вживаних авто, передусім через пільгові умови ввезення автомобілів із Європи. Крім того, зріс інтерес до електромобілів, які завдяки звільненню від оподаткування (ПДВ та акцизу) стали більш доступними. Українці почали дедалі частіше звертати увагу на економічність транспорту, а також на можливість зарядки в домашніх умовах [35, с. 49].

На початку 2024 року зберігається тенденція до зростання активності на ринку вживаних авто, особливо серед авто з гібридними та електричними силовими установками. Водночас попит на нові легкові автомобілі залишається стриманим, що обумовлено як високою вартістю, так і обмеженою платоспроможністю населення. З іншого боку, український ринок стає дедалі привабливішим для іноземних дилерів і виробників, які розглядають можливості для розширення своєї присутності після завершення воєнних дій.

Загалом ринок легкових автомобілів в Україні у 2020–2024 роках демонструє високу чутливість до соціально-економічних потрясінь, проте водночас проявляє адаптивність та потенціал до відновлення. Основними трендами періоду стали зростання частки імпортованих вживаних авто, посилення інтересу до електромобілів, та зміщення попиту в бік доступніших і економніших моделей [36, с. 151].

Тому техніка для обслуговування будівництва нових доріг та ремонту існуючих буде популярною у 2021 році. Якщо не буде політичних чи макроекономічних потрясінь, ринок комерційних автомобілів може розраховувати на 10% зростання.

Відзначимо, що зараз в Україні збирають чотири марки — KIA, Renault, LADA, Skoda.

Kia виробляє Rio Sedan і Rio X в Україні. Renault випускає кросовер Arkana. Лінійка Lada українського складання представлена чотирма автомобілями. Це седани Granta і Vesta, легковий універсал Largus, хетчбек-кросовер XRay і крос-універсал Vesta SW. Skoda також випускає в Україні чотири моделі: хетчбек Fabia, кросовери Karoq і Kodiaq, а також Skoda Superb.

Найпопулярнішим брендом цього року є Toyota: продано вже близько 11 тисяч японських автомобілів.

- Toyota RAV4 (4766 шт.);
- Kia Sportage (4737 шт.);
- Renault Duster (3947 шт.);
- Renault Sandero (2610 шт.);

– Renault Logan (2048 шт.).

Попит на електромобілі в Україні зріс на третину. Збільшуються продажі не тільки вживаних, а й нових електрокарів. У жовтні в Україні було зареєстровано 897 електромобілів. Порівняно з відповідним періодом минулого року зростання склало 34,8% [37, с. 41].

Лише за 10 місяців українці вже купили близько 7 тисяч електромобілів, що на 5% більше, ніж за аналогічний період минулого року. Загалом станом на 1 листопада в Україні зареєстровано 31 817 електромобілів. Найбільше їх у Києві (6993 одиниці), а також в Одеській (4602) та інших областях Києва (3656).

Автомобільна промисловість в Україні була створена за радянських часів і до розпаду Радянського Союзу була невід'ємною частиною автомобільної промисловості Радянського Союзу. Перші бренди автомобілів в Україні були створені наприкінці 1950-х років.

До угоди з ЄС українські автовиробники виготовляли від 100 до 200 тисяч автомобілів на рік. Основними вітчизняними гравцями в цій галузі були «Укравто» (ЗАЗ), «Богдан», «Єврокар», корпорація «Електрон», «Еталон-Авто», КраЗ і ЛАЗ. У виробництві вантажівок, автобусів і тролейбусів продовжують переважати проекти місцевої розробки, а виробництво автомобілів вітчизняного виробництва, таких як ЗАЗ Таврія, скоротилося. Більшість автомобілів в Україні зараз збираються європейських, корейських і китайських марок.

Корпорація «Богдан» є провідною українською автомобілебудівною групою, що включає кілька виробників автомобілів і автобусів в країні. Його найпопулярнішою моделлю є черкаський легковий автобус Богдан Ісузу [38, с. 80].

Потужності корпорації «Богдан» здатні виробляти від 120 000 до 150 000 легкових автомобілів, до 9 000 автобусів і тролейбусів усіх типів, близько 15 000 вантажних автомобілів і одиниць спецтехніки на рік. Заклади розташовані в Луцьку та Черкасах [39, с. 48].

Легкові та вантажні автомобілі виробляють або збирають у Черкасах. Заводи в Черкасах є найсучаснішими автомобільними виробництвами в Україні.

Черкаський завод може виробляти від 120 000 до 150 000 автомобілів на рік. Тоді ж Богдан розпочав збірку Hyundai Accent, Hyundai Tucson та Hyundai Elantra XD. У 2013 році Богдан і JAC Motors запустили в Україні СКD-складання седана JAC J5.

Автобуси здебільшого виробляють у Черкасах, а тролейбуси – у Луцьку. Автобус «Богдан» є найпоширенішим малим автобусом для міських перевезень у містах України. Потужності, розташовані в Черкасах, можуть виробляти до 3000 автобусів на рік, а також виробництво легкових і вантажних автомобілів. Луцький завод, раніше відомий як ЛуАЗ, сьогодні випускає автобуси та тролейбуси марки «Богдан». Максимальна потужність Луцького заводу – 8000 автобусів і тролейбусів на рік.

Корпорація «Богдан» була створена в 1992 році, після розпаду Радянського Союзу, шляхом злиття деяких колишніх радянських підприємств для реалізації великих інвестиційних проектів, спрямованих на створення сильного та потужного виробництва різних видів транспортних засобів в Україні. Спочатку компанія була дистриб'ютором різноманітних автомобілів, потім продавала автомобілі корейського виробника Kia Motors. У 1999 році завод був перетворений на «Черкаський автобус», який почав випускати власні автобуси «Богдан». Того ж року компанія підписала ще один контракт з Hyundai на дистрибуцію їхніх автомобілів. У 2003 році компанія почала експортувати автобуси. У 2004 році компанія підписала генеральну угоду з Isuzu про використання бренду Isuzu на експортних автобусах компанії. У 2005 році компанія Богдан Моторс стала корпорацією.

У 2003 році компанія почала експортувати автобуси. У 2004 році компанія підписала генеральну угоду з Isuzu про використання бренду Isuzu на експортних автобусах компанії. У 2005 році компанія Богдан Моторс стала корпорацією.

У 2013 році китайський автовиробник Anhui Jianghuai Automobile (JAC Motors) запустив в Україні СКD-складання седана J5 [40].

У 2014 році компанія розробила багатофункціональний легкий броньований автомобіль «Барс» (пантера) для Національної гвардії України [41].

Богдан Барс-8 базується на шасі Dodge Ram.

У 2003 році завод «Єврокар» отримав сертифікат міжнародного стандарту менеджменту якості ISO 9001:2000. Щороку Єврокар підтримує цей сертифікат. Сертифікаційні аудити проводяться празьким представництвом TÜV NORD CERT GmbH (Німеччина). У 2009 році ПАТ «Єврокар» запровадило інтегровану систему управління підприємством за міжнародними стандартами ISO 9001:2008 та OHSAS 18001:2007, і в жовтні 2009 року успішно пройшло сертифікацію за цим стандартом.

З самого початку персонал компанії, який безпосередньо займається виробництвом автомобілів, проходив спеціалізоване навчання в Чехії від Skoda Auto.

ЗАЗ (Запорізький автомобілебудівний завод) — головний автомобільний виробник України, розташований у південно-східному місті Запоріжжя. Вона також виробляє автобуси та вантажівки та відома за назвою своєї колишньої материнської компанії «АвтоЗАЗ» [42, с. 14].

Початок виробництва легкових автомобілів в Україні почалося в 1959 році. Всього (з 1960 по 1994 рік) в Запоріжжі було випущено 3 422 444 автомобілі ЗАЗ Запорожець; у Мелітополі виготовляли двигуни повітряного охолодження.

У 1975 році завод був об'єднаний в холдинг «АвтоЗАЗ», який в 1990-х роках був перетворений в акціонерне товариство. У 1986 році ЗАЗ спільно з Сомау встановили новий виробничий комплекс. До складу холдингу АвтоЗАЗ увійшов Іллічівський завод автомобільних запчастин (ІЗАА) в одному з найбільших вантажних морських портів Чорного моря в Іллічівську.

У 1988 році в Запоріжжі розпочато серійне виробництво легкових автомобілів сімейства ЗАЗ-1102 «Таврія». Тоді ж у Мелітополі почалося виробництво двигунів МеМЗ з водяним охолодженням.

1 червня 1994 року завод припинив виробництво ЗАЗ-968М «Запорожець».

У 1994-1997 роках випускався ЗАЗ-1105 Dana.

Коли в 1998 році було створено спільне підприємство «АвтоЗАЗ-Daewoo» з Daewoo Motors, ЗАЗ був закріплений за новою компанією як частка 50% від

імені «АвтоЗАЗу». Daewoo Motors зробила великі інвестиції та налагодила виробництво власних моделей, зберігаючи та модернізуючи рідний бренд ЗАЗ. Невдовзі почалося виробництво нових ЗАЗ-1102 Таврія Нова, ЗАЗ-1103 Славута та ЗАЗ-11055 Таврія Пікап. Того ж року в Іллічівську розпочали збірку СКД комплектів Daewoo Lanos, Daewoo Nubira та Daewoo Leganza; одночасно почалася збірка СКД ряду старих моделей ВАЗ [43, с. 4].

Після банкрутства Daewoo Motors у 2001 році корпорація УкрАВТО викупила холдинг «АвтоЗАЗ» у 2002 році. Усі виробничі потужності «АвтоЗАЗу» (зокрема, МеМЗ та Іллічівський складальний завод) були рекорпоровані до ЗАЗу. Компанія навіть прийняла новий логотип. Частка Daewoo у спільному підприємстві була викуплена швейцарським підприємством Hirsch & CIE у 2003 році.

Наприкінці 2004 року почалося повномасштабне виробництво повністю вітчизняного ЗАЗ Lanos (Т150), тепер, коли комплекти СКД Lanos перестали поставлятися. У 2006 році ЗАЗ домовився з китайським виробником Chery Automobile про збірку легкових автомобілів з комплектів.

Указом Президента України працівники ЗАТ «ЗАЗ» у 2009 році нагороджені Державними нагородами України.

У 2011 році ЗАЗ розпочав повномасштабне виробництво Chery A13 під власним брендом ZAZ Forza. У тому ж році виробництво Chevrolet Aveo (Т250) було перенесено з автозаводу ФСО на ЗАЗ.

У першому півріччі 2012 року ЗАЗ виготовив 20 060 автомобілів, що на 30% менше, ніж за аналогічний період 2011 року [44, с. 35].

У 2020 році показники виробництва автомобілів були ще гіршими, ніж у попередньому році, знизившись з 2914 до 1903 одиниць. З цієї кількості 1889 автомобілів було виготовлено ПрАТ «Єврокард» (офіційним дистриб'ютором автомобілів SKODA в Україні), а ще 4 – ПАТ «ЗАЗ».

Внаслідок різкої інфляції та девальвації національної валюти в Україні зменшилась купівельна спроможність громадян.

У поточному році було придбано 5185 вживаних автомобілів. Найпопулярнішими марками вживаних авто стали: Volkswagen — 934 одиниці, на другому місці — Renault (922), на третьому — Skoda (611), на четвертому — Opel (381). П'яте місце займає Nissan (246), а шосте — BMW, яке відстає від п'ятого місця всього на один автомобіль. Далі йдуть: Ford (235), Mercedes-Benz (213), Toyota (171), Audi (169) (табл. 2.2).

Ринок легкових автомобілів в Україні протягом 2020-2024 років пережив драматичні трансформації під впливом пандемії COVID-19, початку повномасштабної війни та глобальних економічних викликів. Незважаючи на ці серйозні потрясіння, український ринок продемонстрував вражаючу стійкість та здатність до відновлення [8].

У 2020 році вітчизняне виробництво автомобілів майже повністю припинилося. За даними офіційної статистики, було виготовлено лише 3,386 тисячі автомобілів, переважно на заводі ПрАТ «Єврокар», що становило 80,6% від загального обсягу виробництва легкових автотранспортних засобів [16]. ПАТ «ЗАЗ» виготовив лише 4 автомобілі, що фактично означало припинення серійного виробництва на цьому підприємстві.

Період 2021-2022 років характеризувався поступовим відновленням імпорту та внутрішнього ринку. Проте 24 лютого 2022 року початок повномасштабної війни кардинально змінив ситуацію на українському автомобільному ринку. Багато автосалонів тимчасово припинили діяльність, імпортні операції були ускладнені, а попит значною мірою зосередився на дешевих вживаних автомобілях.

Незважаючи на воєнні дії, український ринок нових автомобілів продемонстрував вражаюче відновлення вже у 2023 році. За даними асоціації «Еauto», в Україні було зареєстровано майже 63 тисячі нових легкових автомобілів, що на 61% більше ніж у 2022 році [8]. Це зростання стало можливим завдяки адаптації економіки до умов воєнного часу, відновленню ділової активності та підтримці з боку міжнародних партнерів.

Структура ринку у 2023 році зазнала суттєвих змін. До топ-5 найпопулярніших марок увійшли Toyota з 9,184 проданими автомобілями (14,6% ринку), Volkswagen з 5,910 одиницями (9,4%), Renault з 5,207 одиницями (8,3%), Skoda з 4,560 одиницями (7,2%) та BMW з 4,140 одиницями (6,6%) [8]. Серед моделей лідерство здобув Renault Duster з 4 тисячами проданих одиниць, друге місце посів Toyota RAV4 з 2,9 тисячами одиниць.

Перший квартал 2024 року показав продовження позитивної динаміки. В Україні було зареєстровано 16,660 нових легкових автомобілів, що на 49% перевищує показник аналогічного періоду 2023 року [9]. Найбільша кількість реєстрацій припала на автомобілі марки Toyota – 2,643 одиниці, що на 52% більше показника першого кварталу 2023 року. Динамічно зростали продажі Renault – 2,165 одиниць, що вдвічі більше ніж торік.

Окремо слід відзначити зростання сегмента електромобілів. Нові реєстрації автомобілів Audi зросли у 4,5 раза з 94 до 421 одиниці. Друге дихання отримали автомобілі Geely, продажі яких збільшилися з 37 до 165 одиниць у першому кварталі 2024 року. Більш ніж у сім разів збільшилися реєстрації нових BYD. Найкарколомніша динаміка спостерігалася у електромобілів Zeekr – збільшення кількості реєстрацій у 40 разів з 3 до 121 одиниці [9].

Вторинний ринок також демонстрував активність. У 2023 році загальний обсяг вторинного ринку легкових автомобілів становив 1,177 тисячі одиниць, що на 5,5% більше порівняно з 2022 роком [3]. На внутрішньому ринку було укладено 955,6 тисячі договорів купівлі-продажу, що значно більше на 34,3% ніж у 2022 році. Водночас зафіксовано 220,9 тисячі перших реєстрацій легкових автомобілів з пробігом, що майже вдвічі менше ніж у 2022 році через відміну пільг на імпорт.

Середня вартість нових автомобілів у 2023 році становила близько 33 тисяч євро, що відображало тенденцію до зростання попиту на автомобілі вищого класу [15]. Це також пов'язано з обмеженою доступністю бюджетних моделей через логістичні ускладнення та зміни в структурі імпорту.

Початок 2025 року демонструє продовження позитивних тенденцій. За даними GlobalData, світовий ринок нових легкових автомобілів у січні показав зростання, а Україна, незважаючи на воєнний стан, залишається активним учасником глобальних автомобільних процесів через імпорт та розвиток власної дилерської мережі [4].

**Таблиця 2.2 - ТОП – 10 найпопулярніших б/в брендів**

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

Джерело: складено автором самостійно на основі [45].

У 2021 році продажі автомобілів значно зросли, а ТОП-10 брендів зазнав деяких змін порівняно з вереснем 2020 року. Перше місце знову займає Toyota (1144 шт.), як і в попередньому році, але кількість автомобілів збільшилась на 294 одиниці. Друге місце тепер у Volkswagen (757 шт.), тоді як у попередньому році його займав Renault (518 шт.). Третє місце посідає Renault (712 шт.), замінивши на цьому місці Kia (422 шт.) у 2020 році. Четверте місце належить Skoda (594 шт.), що витіснила Hyundai (374 шт.) з цієї позиції. П'яте місце зайняла Kia (460 шт.), замінивши Skoda (325 шт.) з попереднього року. Шосте місце належить Nissan (441 шт.), сьоме — Hyundai (399 шт.), а далі йдуть Ford (307 шт.), Mazda (291 шт.) та Mercedes-Benz (276 шт.).

Проаналізувавши ринок за ці роки, можна зробити висновок, що споживачі надавали перевагу вживаним автомобілям, і попит на них зростав з кожним роком. Крім того, варто зазначити, що ТОП-10 змінювався як серед нових автомобілів, так і серед вживаних.

Станом на 2021 рік світові продажі легкових автомобілів досягли близько 75 мільйонів одиниць. Китай є найбільшим автомобільним ринком у світі за обсягами попиту та пропозиції. У 2023 році країна виробила понад 20 мільйонів легкових автомобілів. Згідно з прогнозами, до 2020 року виробництво автомобілів у Китаї може досягти близько 35 мільйонів одиниць, оскільки, зважаючи на чисельність населення, ринок легкових автомобілів має величезний потенціал [46, с. 40].

Сьогодні друге місце за обсягами виробництва легкових автомобілів серед світових ринків після Китаю займають Сполучені Штати Америки. У минулому році США виготовили більше 17 мільйонів автомобілів, з яких майже 7 мільйонів було експортовано. Американський автомобільний ринок став одним із провідних у 1990-х роках, коли компанія Ford започаткувала масове виробництво своїх моделей за допомогою поточного виробництва. Сучасна компанія Ford Motor, як і 20 років тому, продовжує входити до числа лідерів світового автопрому, зокрема завдяки своїй найпопулярнішій моделі Ford Focus, яка в 2020 році потрапила до п'ятірки найкращих і найбільш продаваних автомобілів у світі. Цікавим фактом є те, що станом на 2020 рік у США на кожні 1000 жителів припадало близько 850 автомобілів, що означає, що лише діти до 16 років не мають власного авто [47, с. 74].

За рівнем прибутковості у 2020 році списки найбільших автовиробників очолили такі бренди, як General Motors, Toyota і Volkswagen. Зокрема, Toyota на сьогодні вважається найбільш цінним автомобільним брендом. Японський автовиробник Toyota Motor Corporation є багатонаціональною компанією та найбільшим у світі виробником автомобілів. У 2022 році її частка у світовому виробництві автомобілів становила 11 %, а кількість проданих легкових автомобілів наблизилася до 10 мільйонів одиниць.

Ринок легкових автомобілів в Україні, як і в інших країнах, не стоїть на місці, і його розвиток залежить від ряду факторів, таких як зміни в економічній ситуації, зміни у попиту на автомобілі, а також вплив глобальних тенденцій. Згідно з даними Атласу економічної складності, найбільшими автовиробниками на світовому ринку легкових автомобілів є провідні світові бренди, зокрема японські марки Toyota, Nissan, Honda і Suzuki, німецький Volkswagen Group, американські General Motors і Ford, південнокорейська Hyundai Motor Group, італійська марка Fiat і французька Renault. Ці компанії визначають глобальні тренди, і їх присутність на ринку України має значний вплив на його розвиток.

В Україні ринок легкових автомобілів характеризується певними специфічними рисами, серед яких основними є:

- залежність від економічної ситуації та купівельної спроможності населення. За останні кілька років (2020-2024) в Україні спостерігалася економічна нестабільність, що спричиняла коливання попиту на автомобілі. Зміни в доходах населення, валютні коливання та інфляція впливали на здатність покупців придбати нові автомобілі, особливо в умовах підвищених процентних ставок за автокредитами та складної фінансової ситуації;

- глобальні тенденції та локальні впливи. Український ринок автомобілів також значною мірою залежить від світових виробників, таких як Toyota, Volkswagen і Hyundai, що займають лідируючі позиції на світовому ринку. Присутність цих брендів на українському ринку дозволяє споживачам мати доступ до широкого вибору автомобілів, що відповідають останнім технологічним трендам та екологічним стандартам;

- вплив глобальної кризи та пандемії COVID-19. У 2020 році ринок автомобілів, як і інші галузі економіки, зазнав значного скорочення через обмеження, викликані пандемією. Однак з 2021 року почалося поступове відновлення, і попит на автомобілі зростає завдяки покращенню економічної ситуації, хоча і не досягнув рівня допандемічних періодів;

- імпорт та виробництво автомобілів в Україні. Протягом 2020-2024 років значною частиною ринку залишався імпорт нових і б/в автомобілів, особливо з

Європи та Південної Кореї. Водночас в Україні існує низка підприємств, які займаються складанням автомобілів, що дозволяє частково підтримувати місцеве виробництво. Проте значна частина ринку продовжує залежати від зовнішніх поставок;

– зміни в податковому законодавстві та митних ставках. Постійні зміни в податковій та митній політиці України впливають на вартість автомобілів. Наприклад, зміни в ставках акцизного податку та ПДВ можуть суттєво коригувати ціни на автомобілі, що впливає на попит;

– екологічні стандарти та електромобілі. З початку 2020-х років на українському ринку зростає попит на електричні автомобілі, що стало частиною світового тренду на зменшення викидів CO<sub>2</sub> і переходу на екологічно чисті види транспорту. Україна також підтримує ці тенденції через знижки на реєстрацію та акцизні збори для електромобілів.

Список світових лідерів за обсягами виробництва за 2020 рік наведено в табл. 2.3.

**Таблиця 2.3 - Список 10-ти світових лідерів за обсягами виробництва за 2020 рік**

№ п/п	Марка автомобіля	Країна-виробник	Кількість виготовлених авто
1	Toyota	Японія	10,08 млн.
2	Volkswagen Group	Німеччина	9,87 млн.
3	General Motors	США	7,99 млн.
4	Hyundai Motor Group	Південна Корея	7,49 млн.
5	Ford	США	6,40 млн.
6	Nissan	Японія	5,17 млн.
7	Fiat	Італія	4,87 млн.
8	Honda	Японія	4,54 млн.
9	Suzuki	Японія	3,03 млн.
10	Renault	Франція	3,02 млн.

Джерело: складено автором самостійно на основі [48].

Важливою особливістю сучасного стану автомобільного ринку є те, що за останні кілька десятиліть значно змінилося джерело його прибутку. У 2020 році ця частка значно збільшилася, досягнувши майже 62 %, що становило 31 мільярд євро. Зазначимо, що більша частина цього зростання (18 мільярдів євро) припала саме на Китай.

Європа, навпаки, обрала інший шлях розвитку: у 2017 році її автомобільна галузь продемонструвала прибуток у розмірі 15 мільярдів євро. Однак уже до 2020 року цей показник скоротився на 1 мільярд. Дослідники виокремлюють дві ключові причини таких втрат. По-перше, протягом цього періоду суттєво зменшилася кількість реєстрацій нових автомобілів у країнах Європи — на 4 мільйони одиниць. Це свідчить про те, що більшість європейців надають перевагу вживаним авто. Як наслідок, продажі нових машин впали до рівня 1990-х років. Другою значущою причиною дослідники називають надлишкові виробничі потужності. Це створює гостру конкуренцію між потужними європейськими автовиробниками, які змушені знижувати ціни, що, своєю чергою, зменшує обсяги продажів і призводить до втрати прибутків.

Лише у 2020 році Японія та Південна Корея змогли вперше після кризи вийти на прибутковість. Японський автомобільний ринок відзначався високими темпами виробництва та експорту. Так, у 2021 році країна виготовила близько 10 мільйонів легкових авто, при цьому продукція була розподілена як на внутрішній, так і на зовнішній ринки. Однак втримати таку динаміку вдалося ненадовго — вже через два роки ситуація змінилася. Завершення державної програми субсидованої купівлі автомобілів призвело до зниження попиту, що, своєю чергою, спричинило скорочення пропозиції. На сьогодні експерти прогнозують подальше падіння активності на ринку легкових автомобілів у Японії.

Що стосується Північної Америки, зокрема США, то нині автомобільна промисловість регіону демонструє високі результати. У період з 2017 року (докризний час) до 2020 року прибуток від продажу легкових автомобілів зріс із 9 до 23 мільярдів євро. До 2021 року обсяги реалізації сягнули 17 мільйонів одиниць. На нашу думку, таким позитивним змінам сприяли інвестиції у

модернізацію основних виробничих фондів, що дозволило підвищити рентабельність продукції на ринку [49].

Згідно з прогнозом інформаційно-аналітичної групи міжнародного ринку легкових автомобілів Auto Consulting, до 2020 року основним двигуном розвитку світової автопромисловості стане Китай [50, с. 153]. Більше того, на країни групи БРІК, які сьогодні забезпечують 60 % загального обсягу виробництва готових автомобілів, у майбутньому очікується триразове зростання прибутків менш ніж за 15 років.

Очікується, що більша частина прогнозованого додаткового прибутку — близько 25 мільярдів євро — надходитиме завдяки стабільному зростанню продажів, яке оцінюється на рівні 3,8 % щорічно. Водночас джерела цих доходів будуть доволі різноплановими. Згідно з дослідженням консалтингової компанії McKinsey & Company, понад половину цієї суми — приблизно 13 мільярдів євро — забезпечить Китай [51]. Бразилія та Індія, інші представники групи БРІК, додадуть ще близько 6 мільярдів євро. Що стосується розвинених економік, то їхній внесок у додатковий прибуток становитиме лише 4 мільярди євро, причому основна частка припаде на країни Північної Америки.

Отже, на сьогодні беззаперечним лідером міжнародного ринку легкових автомобілів є Китайська Народна Республіка. Протягом останніх двох десятиліть глибокі соціальні, культурні та економічні трансформації в країні сприяли формуванню потужної та стабільної структури автомобільного ринку, яка наразі не має аналогів у жодній іншій державі світу. Експерти наголошують, що навіть за умов стабільного, а не зростаючого річного приросту, Китай і надалі залишатиметься провідним гравцем у глобальній автопромисловості ще протягом кількох десятиліть, утримуючи першість за обсягами виробництва та продажу авто.

За даними досліджень торгової організації автовиробників Auto Alliance, щорічний обсяг виробництва легкових автомобілів у Китаї перевищує сукупні показники Японії, Сполучених Штатів Америки та країн Європейського Союзу.

Станом на 2020 рік обсяг продажів легкових автомобілів у Китаї досяг 19,7 мільйона одиниць, що значно перевищує відповідний показник у Європі — 12,2 мільйона [52]. Такий високий рівень продажів у Китаї зумовлений стабільним зростанням доходів домогосподарств та активною державною політикою, спрямованою на посилення урбанізації. Однією з характерних рис китайського автопрому є домінування іноземних брендів, які займають 62 % ринку. Водночас, упродовж 2020–2024 років спостерігалось зростання частки національних виробників — із 32,4 % до 38,4 % [53, с. 58].

Ринок легкових автомобілів у Китаї тісно інтегрований із транснаціональними компаніями та відомими брендами з усього світу. Водночас у країні активно розвиваються й національні автовиробники, зокрема такі марки, як Chery, Geely, Brilliance Automotive Group, Beijing Automotive Group, Guangzhou Automotive Group та інші. Важливою особливістю китайського автомобільного ринку є те, що більшість авто, вироблених у країні, продаються на внутрішньому ринку. Проте це не завадило Китаю у 2020 році експортувати близько 815 тисяч машин. Крім того, національна автомобільна галузь вирізняється потужною виробничою інфраструктурою, яка забезпечує високий рівень конкурентоспроможності китайського ринку серед провідних гравців світової автомобільної індустрії.

Після Китаю другим за масштабами виробником легкових автомобілів у світі є Сполучені Штати Америки, які також мають один із найбільших споживчих ринків у цій галузі. США виступають батьківщиною багатьох відомих автомобільних брендів і виробників автозапчастин.

Крім того, у період з 2020 по 2024 рік обсяги продажів легкових автомобілів на американському ринку зросли з 10,4 до 17,4 мільйона одиниць. Таким чином, США наразі займають друге місце у світі як за рівнем виробництва, так і за масштабами продажу легкових автомобілів.

Ринок легкових автомобілів в Україні протягом періоду з 2020 по 2024 рік зазнав значних змін, зокрема через вплив глобальних економічних факторів, технологічних інновацій, а також нових потреб споживачів. Після падіння

продажів у 2020 році через пандемію COVID-19, ринок почав відновлюватися з 2021 року, продовжуючи тренд стабільного росту, який спостерігався в більшості європейських країн, зокрема на тлі активізації ринку в США.

Зважаючи на глобальні тенденції у виробництві автомобілів, в Україні також почали проявлятися тенденції до впровадження новітніх технологій, таких як електричні та гібридні автомобілі. Важливим фактором стало зростання попиту на транспортні засоби з низьким рівнем викидів вуглецю, що відповідає загальній тенденції європейських та американських ринків. Україна почала активно залучати інвестиції у виробництво таких автомобілів, зокрема через податкові пільги для виробників електричних та гібридних машин.

Такі великі бренди, як Volkswagen, BMW, Mercedes-Benz, Hyundai та інші, зберігали свої позиції на українському ринку. Крім того, підвищення рівня доходів населення, зростання популярності середньо- та висококласних автомобілів сприяло розвитку вторинного ринку, що також відіграло роль у формуванні економічних умов для виробництва та продажу автомобілів.

Проте важливим фактором, який впливав на ринок, були виклики глобальних ланцюгів постачань, які загострилися через економічну кризу та обмеження, спричинені пандемією та війною в Україні. Ці фактори створювали нестабільність у виробництві та постачанні автомобільних комплектуючих. Відповідно, виробники почали шукати альтернативи, зокрема локалізуючи виробництво запчастин та збільшуючи використання внутрішніх ресурсів.

Згідно з аналізом, на ринку легкових автомобілів в Україні з 2020 по 2024 рік відбувалося поступове зростання попиту на нові транспортні засоби, завдяки чому обсяги продажів значно збільшилися, особливо після стабілізації економічної ситуації в 2021 році. Однак це зростання супроводжувалося змінами в структурі попиту, де на перший план вийшли автомобілі з підвищеними екологічними характеристиками, що стали важливим фактором у виборі серед споживачів.

Також варто відзначити, що з 2020 року значно зросла увага до розробок в області інноваційних технологій, що дозволило українському ринку почати

поступово інтегрувати нові технології в автомобільну промисловість. Впровадження електричних та гібридних автомобілів, а також підвищення ефективності виробництва і екологічності транспортних засобів стали важливими аспектами для розвитку галузі. Враховуючи досвід країн з високим рівнем автомобільного виробництва, таких як США, Україна продовжувала модернізувати інфраструктуру для підтримки зростання ринку легкових автомобілів.

Ринок легкових автомобілів в Україні за період з 2020 по 2024 рік демонстрував значні коливання, обумовлені різними економічними, політичними та глобальними факторами. У цьому контексті можна виділити кілька ключових аспектів, що вплинули на розвиток автомобільної галузі в Україні, а також порівняти її з ринками інших країн, таких як Німеччина та Японія [54, с. 191].

Після значного зниження обсягів продажів автомобілів у 2020 році, спричиненого пандемією COVID-19 та економічною кризою, ринок в Україні почав відновлюватися в 2021 році, що стало можливим завдяки стабілізації економічної ситуації та активізації попиту на нові автомобілі внаслідок зростання доходів населення та поліпшення макроекономічної ситуації. Проте, на відміну від Німеччини та Японії, де ринки є стабільними і мають значну частку у міжнародному автомобільному виробництві, ринок України все ще залишався відносно малим за обсягами порівняно з іншими європейськими країнами.

Німеччина, як лідер серед країн ЄС, мала значний вплив на розвиток автомобільної галузі в Європі. Станом на 2020 рік Німеччина займала приблизно 29 % всього європейського ринку автомобілів і мала найвищий рівень реєстрації нових автомобілів. Для України цей факт є важливим, оскільки наявність сильного автомобільного ринку в Європі визначає тенденції і напрямки розвитку для українських автовиробників та імпортерів [55, с. 28].

Японія, в свою чергу, є однією з провідних країн у сфері автомобілебудування, займаючи лідируючу позицію в розробці новітніх технологій і виробництві автомобілів. Японські бренди, такі як Toyota, Nissan,

Honda, Mitsubishi та інші, активно присутні на українському ринку, що сприяє розвитку інфраструктури та модернізації місцевого автопрому.

З огляду на аналіз інших країн, серед ключових факторів, які впливають на ринок легкових автомобілів в Україні, можна виділити кілька важливих аспектів:

- інвестиції та інновації: Як і на ринках Німеччини та Японії, інвестиції в нові технології є важливим рушієм для розвитку автомобільної промисловості. В Україні почали з'являтися перші ознаки запровадження інновацій, таких як електричні та гібридні автомобілі, що відповідає глобальним трендам;

- кваліфікація робочої сили: Україна також має значний потенціал у виробничих потужностях, хоча кваліфікація робочої сили та ефективне використання ресурсів залишаються викликами для досягнення високих результатів. Японія та Німеччина мають висококваліфіковану робочу силу, що є важливим для підтримки високих темпів виробництва;

- попит на автомобілі: В Україні спостерігається зростання попиту на нові легкові автомобілі завдяки збільшенню рівня доходів та зростанню інтересу до більш екологічних та економічних моделей. Водночас, український ринок ще не досяг рівня розвитку таких ринків, як у Німеччині чи Японії, зокрема в питаннях екологічності та інновацій [56, с. 5].

Аналіз тенденцій 2024-2025 років показує, що український ринок легкових автомобілів адаптується до нових реалій та інтегрується в глобальні процеси трансформації автомобільної індустрії. Зростання попиту на електромобілі, розвиток цифрових каналів продажу та зміна споживчих переваг на користь преміальних брендів свідчать про поступове відновлення платоспроможності населення та готовність інвестувати в якісний транспорт.

Перспективи розвитку українського ринку легкових автомобілів у найближчі роки залежатимуть від стабілізації безпекової ситуації, відновлення економіки та продовження процесів євроінтеграції, що створить додаткові можливості для залучення іноземних виробників та розвитку власних виробничих потужностей.

Таким чином, ринок легкових автомобілів в Україні в період з 2020 по 2024 рік розвивався на фоні глобальних тенденцій і викликів. Проте для досягнення високих результатів українському ринку необхідно більше інвестувати в інновації, підвищувати кваліфікацію робочої сили та адаптувати інфраструктуру для підтримки виробництва автомобілів, що відповідають сучасним вимогам екологічності та ефективності.

## **2.2. Проблеми розвитку ринку легкових автомобілів України та перспективи їх розв'язання**

Ринок легкових автомобілів в Україні стикається з низкою системних проблем, які уповільнюють його розвиток і знижують рівень конкурентоспроможності вітчизняного автопрому на тлі глобалізованих світових процесів. Однією з ключових проблем є залежність від імпорту. Переважна більшість автомобілів на українському ринку — це імпортовані транспортні засоби, як нові, так і ті, що вже були у вжитку. Така ситуація зумовлює значний відтік валютних коштів за кордон та гальмує розвиток національного автомобілебудування.

Другою важливою проблемою є застарілий автопарк. Велика частина автомобілів в Україні мають вік понад 10–15 років, що створює екологічні та безпекові ризики. Застарілі моделі не відповідають сучасним стандартам викидів, що ускладнює виконання зобов'язань держави в рамках міжнародних угод щодо охорони довкілля. Крім того, експлуатація старих автомобілів часто є економічно не вигідною для власників, але через обмежену платоспроможність громадян оновлення автопарку відбувається повільно [57, с. 167].

Проблеми спостерігаються і на законодавчому рівні. Часті зміни умов митного оформлення, відсутність стабільної податкової політики щодо імпорту транспортних засобів, а також невизначеність у сфері електромобільного оподаткування створюють непередбачувані умови для бізнесу і стримують інвестиції. Недосконалість регуляторної бази також ускладнює розвиток

інфраструктури, необхідної для обслуговування сучасного транспорту, зокрема електромобілів.

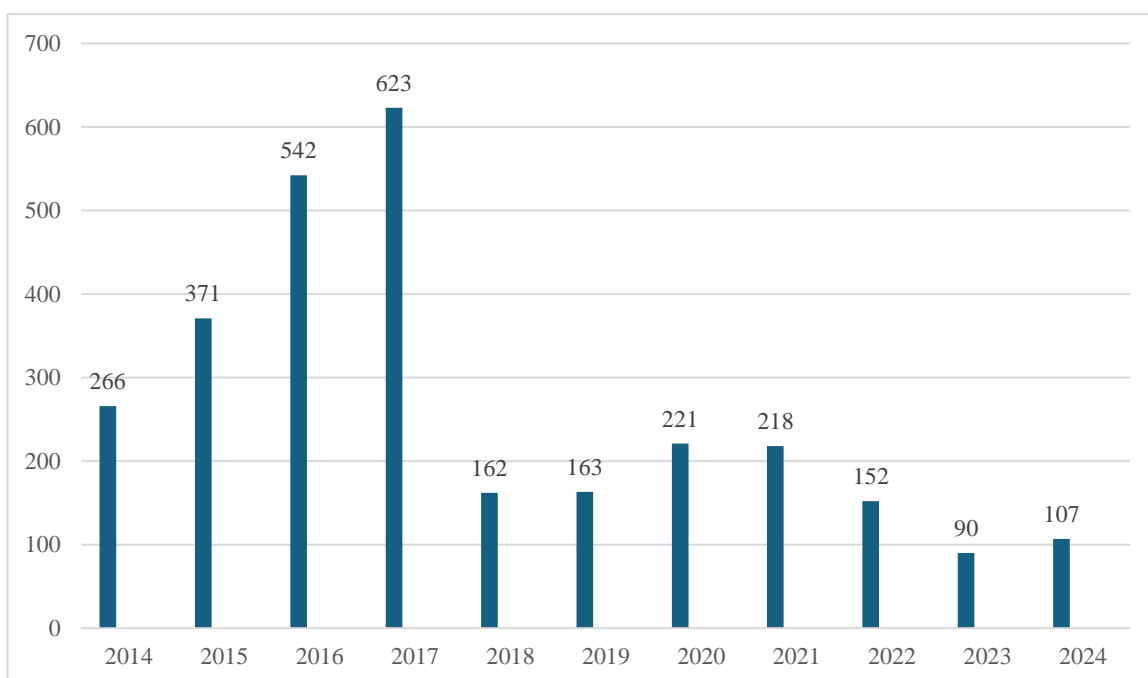
Серед перспективних напрямів вирішення зазначених проблем можна виділити стимулювання локального виробництва автомобілів та автокомпонентів через державні програми підтримки, податкові пільги, створення індустріальних парків і сприятливого інвестиційного клімату. Важливим кроком є розробка і впровадження довгострокової стратегії розвитку ринку автомобілів, що враховуватиме потреби в екологічній модернізації, популяризації електромобілів та впровадженні «зеленого» транспорту. Розвиток інфраструктури для електротранспорту, а також стимулювання попиту на енергоефективні транспортні засоби через державні субсидії чи компенсаційні механізми можуть також суттєво покращити ситуацію.

Значення має й інформаційна політика держави: формування позитивного ставлення до екологічного транспорту, просвітницькі кампанії щодо енергоощадності та безпеки руху можуть підвищити зацікавленість громадян у придбанні нових, більш сучасних автомобілів. У підсумку, вирішення проблем ринку легкових автомобілів в Україні потребує комплексного підходу з боку держави, бізнесу та суспільства, що дозволить сформувати стабільний, динамічний і конкурентоспроможний автомобільний ринок [58, с. 387].

Протягом останнього десятиліття економічна ситуація в Україні загалом характеризується проявами кризи. Спостерігається суттєве зниження доходів населення та зростання інфляції, що, у свою чергу, спричинило песимістичні настрої серед споживачів і різке падіння їх купівельної спроможності. Найбільше це вдарило по ринках товарів тривалого користування, зокрема по ринку легкових автомобілів. У нинішніх умовах українські автовиробники змушені мінімізувати збитки, які є прямим наслідком економічної нестабільності, шляхом значного скорочення виробничих витрат. За оцінками експертів, найближчим часом не варто очікувати ні зростання обсягів виробництва, ні підвищення прибутковості.

Згідно з дослідженнями торгової групи світових автовиробників Auto Alliance, український ринок легкових автомобілів суттєво відрізняється від ринків Західної Європи та США. Йому варто приділяти увагу не лише продажу нових авто, а й активніше працювати з вторинним ринком — аналізувати його ключові особливості та забезпечувати належний контроль за його функціонуванням. Окрім цього, важливим чинником розвитку вітчизняного автопрому є налагоджена робота сервісних центрів. На думку Auto Alliance, це сприятиме суттєвому зростанню прибутковості українського ринку легкових автомобілів.

Лише у 2021 році автодилерам вдалося підняти обсяг реалізації до показників 2024 року. Від 2023 року і дотепер, за результатами досліджень, на українському ринку легкових автомобілів спостерігається стагнація та уповільнення темпів продажу нових транспортних засобів (рис. 2.1).



**Рис. 2.1.** - Обсяги реалізації нових автомобілів в Україні протягом 2014-2024 рр.

Джерело: [59]

Згідно з отриманими даними, починаючи з 2024 року, попри поступове зниження загального обсягу продажів автомобілів в Україні, спостерігається зростання частки імпортованих транспортних засобів. Якщо у 2015 році їхня частка складала лише 20,3 % від загальної кількості продажів, то вже у 2020 році вона зросла до 79,4 % (табл. 2.4).

**Таблиця 2.4 - Обсяги реалізації нових автомобілів в Україні і їх розподіл за походженням**

Показники	2014	2016	2018	2020	2022	2024
Загальна кількість, тис. одиниць	266	542	162	221	152	107
Нові вітчизняні авто, тис. одиниць	151	184	43	51	33	19
Нові імпортовані авто, тис. одиниць	54	184	67	144	112	85
Частка імпортованих авто, %	20,3	33,9	41,4	65,2	73,7	79,4

Джерело: складено автором самостійно на основі [60, 61].

Варто звернути увагу і на те, що згідно з дослідженнями Auto-Consulting, уподобання споживачів на ринку легкових автомобілів зазнали суттєвих змін.

Ринок легкових автомобілів є ключовим елементом машинобудівної галузі України, що займає важливе місце серед основних секторів національної економіки. Крім того, транспорт в глобальному контексті сприяє покращенню рівня життя населення та захисту економічних інтересів країни. Аналізуючи світовий ринок легкових автомобілів, неможливо не врахувати українську автомобільну промисловість як важливу його складову.

У 2010 році Кабінет Міністрів України затвердив «Транспортну стратегію до 2020 року», яка визначила основні проблеми машинобудівної галузі, зокрема ринку легкових автомобілів, та запропонувала шляхи їх вирішення, що повинні були сприяти швидкому економічному розвитку цієї сфери. Згідно з цією стратегією, понад 70 % річної доданої вартості України забезпечує виробництво

легкових автомобілів [62, с. 91]. Крім того, саме цей сектор в основному стимулює попит на продукцію таких суміжних галузей, як виробництво хімічних товарів, пластмаси, гуми, скла та металів.

Основними проблемами українського виробництва легкових автомобілів є:

- високий рівень зношення основних виробничих фондів та їх несвоєчасне і недостатнє оновлення;
- неефективне використання наявного потенціалу країни в процесі виробництва автомобілів та функціонування ринку легкових транспортних засобів;
- недостатній обсяг інвестицій, необхідних для розвитку інноваційної бази автомобільної галузі;
- обмежені державні ресурси, що знижує можливість проведення необхідних амортизаційних відрахувань [63, с. 209].

Питання якості автомобільних доріг в Україні також потребує значної уваги. Оскільки за останні десятиліття рівень автомобілізації в нашій країні істотно зріс. За даними Державної служби статистики України, станом на 2015 рік кількість працюючих легкових автомобілів дорівнює чверті загального населення країни [64, с. 132]. Тобто, кожен четвертий українець на сьогоднішній день має автомобіль. Однак, рівень розвитку дорожньої інфраструктури в цілому залишається на тому ж рівні. «Транспортна стратегія України» приділяє особливу увагу цьому питанню, аналізуючи стан мережі автомобільних доріг загального користування. Виявлено, що майже 52 % доріг не відповідають стандартам, а 40 % є настільки пошкодженими, що не придатні для тривалого використання.

Окрім проблем, зазначених у програмі «Транспортна стратегія України до 2020 року», яка акцентує увагу на виробництві легкових автомобілів як основному елементі автомобільного ринку, за останні кілька років виокремлюються й інші важливі питання. Серед них — значне скорочення виробничих потужностей основних підприємств автомобільної промисловості, що безпосередньо призвело до зниження обсягів виробництва на 24 % за останні п'ять років. Крім того, важливим аспектом є те, що основний капітал українських

автовиробників є позичковим, що призводить до частих випадків банкрутств і значних збитків для вітчизняних компаній. Усе це в кінцевому результаті веде до втрати конкурентоспроможності національних виробників на внутрішньому ринку, що сприяє домінуванню іноземних продавців.

На жаль, всі згадані проблеми свідчать про неефективну державну політику щодо таких ключових секторів національної економіки України, як ринок легкових автомобілів та автовиробництво, а також про відсутність належного регулювання економічних процесів у цих галузях. Тому майбутній розвиток автомобільного ринку в Україні безпосередньо залежить від створення ефективного механізму державного регулювання всіх його складових

Для кращого розуміння перспектив розвитку українського ринку легкових автомобілів важливо детальніше проаналізувати його поточний стан. Наразі відомо, що автомобілі марки LADA займають понад 22 % українського ринку. Згідно з даними Державної служби статистики, у 2020 році на вітчизняному ринку було продано більше ніж 7 тисяч автомобілів цієї марки, що становить близько 16 % від загального обсягу продажів легкових автомобілів.

За підсумками 2020 року, частка автомобілів іноземних марок на українському ринку не перевищувала 15 % від загальної кількості проданих машин. Лідером продажів в Україні залишалася марка LADA, обсяги реалізації яких у 2020 році склали близько 110 тисяч одиниць [65].

Незважаючи на відносно низькі макроекономічні показники автомобільного ринку України, він все ж має значний потенціал для зростання. Це підтверджують дослідження українського автопарку та кількості легкових автомобілів на 100 жителів. Саме ці показники роблять український ринок привабливим для багатьох автовиробників. Згідно з даними Асоціації дилерів автомобілів з пробігом, український ринок не є таким перенасиченим, як ринки інших країн. Станом на 2020 рік кількість машин на 100 осіб складала менше ніж 200 одиниць [66, с. 123]. Для порівняння, в Європі цей показник в середньому становить 400 легкових автомобілів, а в Італії – майже 600. Крім того, важливим

є середній вік автомобілів в Україні: вітчизняні авто мають вік від 14 до 16 років, а іномарки – близько 10-12 років.

Одна з важливих характеристик сучасного ринку легкових автомобілів України полягає в тому, що вторинний ринок продовжує активно розвиватися. Це вказує на те, що споживачі все частіше обирають автомобілі відомих автовиробників, навіть якщо вони були у використанні, замість того, щоб купувати нові автомобілі на первинному ринку [67].

Дослідники пояснюють зростання попиту на авто з пробігом зниженням доходів населення, що істотно вплинуло на споживчі звички українців. Хоча попит на автомобілі залишився на майже тому ж рівні, купівельна спроможність громадян значно знизилася. Хоч ринок легкових автомобілів в Україні і перебуває не в найкращому стані, перспективи його розвитку виглядають досить обнадійливо. Проте, на нашу думку, ключову роль у цьому процесі повинна відігравати держава, надаючи підтримку вітчизняному виробництву.

Позитивний розвиток автомобільної промисловості передбачає кілька ключових зрушень, які мають високу ймовірність здійснення за умови реалізації всіх заходів, прийнятих на державному рівні:

- організація виробництва автомобільних комплектуючих окремо від виготовлення готових легкових автомобілів;
- збільшення частки автомобілів вітчизняного виробництва на внутрішньому ринку України;
- зміна структури національної економіки за рахунок збільшення частки прибутків автомобільної промисловості у валовому внутрішньому продукті країни [68].

Отже, як ми з'ясували, перспективи розвитку українського ринку легкових автомобілів цілком реальні. Однак для цього необхідно впровадити ефективну державну політику та забезпечити прозорість інвестиційної політики в автовиробництві країни.

Ринок легкових автомобілів в Україні відзначається нестабільністю та непередбачуваністю в післякризовий період. Зниження платоспроможності

споживачів та збільшення інфляції призвели до змін у купівельній спроможності населення. Український ринок значно відрізняється від ринків західних країн і США. Українським автопідприємствам необхідно детально аналізувати всі фактори, що впливають на ринкові тенденції, які, в свою чергу, позначаються на їхній діяльності та фінансових результатах.

Внутрішній ринок України не є достатньо насиченим, тому його місткість залишається обмеженою.

У табл. 2.5 представлені дані Світового Банку, які демонструють кількість автомобілів на 1000 осіб як в Україні, так і за кордоном.

**Таблиця 2.5 - Кількість автомобілів на 1000 осіб населення**

№	Назва країни	Кількість
1	Україна	148
2	Білорусія	274
3	Угорщина	298
4	Польща	451

Джерело: складено автором самостійно на основі [69].

Також слід зазначити, що впровадження закону про підвищення митних зборів на ввезення імпортованих автомобілів позитивно вплине на розвиток вітчизняного виробництва.

Машинобудівна промисловість в Україні є однією з ключових галузей національної економіки. У глобальному контексті транспорт відіграє важливу роль у захисті економічних інтересів країни та покращенні рівня життя. Обговорюючи світовий ринок легкових автомобілів, неможливо не згадати український автомобільний ринок.

У 2015 році Кабінет Міністрів України затвердив «Транспортну стратегію до 2020 року», яка визначала основні проблеми машинобудівної промисловості та ринку легкових автомобілів, а також пропонувала рішення для їх вирішення, що повинні були сприяти розвитку цієї галузі. Згідно з концепцією, 70% річної доданої вартості України створюється через виробництво легкових автомобілів.

Таке виробництво стимулює попит на продукцію суміжних секторів, таких як хімічна промисловість, виробництво скла, гуми, металу тощо.

Основними проблемами українського виробництва легкових автомобілів є:

- високий рівень зношеності основних виробничих фондів, при цьому їх оновлення відбувається недостатньо і не вчасно;
- виробництво автомобілів та функціонування ринку легкових автомобілів не використовує повністю наявний потенціал держави;
- для розвитку інноваційної бази недостатньо залучено інвестицій;
- обмежені ресурси з боку держави, що знижує можливість для амортизаційних відрахувань.

Однією з серйозних проблем в Україні є якість доріг. Відомо, що рівень автомобілізації значно зріс за останні роки. За даними Державної служби статистики на 2020-2021 рік, кожен третій українець має автомобіль. Проте, незважаючи на це, дорожня інфраструктура залишається на тому ж рівні. Згідно з дослідженнями, 52% доріг не відповідають встановленим вимогам, а 40% взагалі вважаються непридатними для тривалого використання [67].

Програма «Транспортної стратегії до 2020 року» також виокремлює низку інших проблем. Однією з них є різке скорочення виробничих потужностей провідних підприємств автомобільної промисловості, що призвело до зниження обсягів виробництва. Варто також зазначити, що основний капітал є позичковим. Усі ці фактори вказують на те, що в результаті підприємства втрачають свою конкурентоспроможність на внутрішньому ринку, поступаючись місцем іноземним компаніям.

На жаль, всі згадані проблеми вказують на неефективність державної політики у сфері автомобільного виробництва та ринку легкових автомобілів, а також на відсутність належного регулювання економічних процесів.

Отже, перспективи розвитку ринку легкових автомобілів в Україні залежатимуть від розробки ефективного механізму державного регулювання всіх його сегментів [67].

Попри невисокі макроекономічні показники ринку легкових автомобілів в Україні та труднощі після кризи, він має потенціал для розвитку. Згідно з останніми даними, вітчизняний ринок легкових авто може бути досить привабливим для багатьох автовиробників. Станом на 2020 рік кількість автомобілів на душу населення в Україні становила 200 одиниць на 100 осіб, тоді як у Європі цей показник досягав 400, а в Італії – 600 одиниць. Вік автомобіля є важливим фактором, і в Україні цей показник становить 14-16 років для вітчизняних авто. Оскільки вторинний ринок набув розвитку, можна сказати, що споживачі все більше надають перевагу автомобілям відомих брендів, навіть якщо це вживані машини. Враховуючи зниження доходів, попит на автомобілі з пробігом зростає.

Позитивний розвиток ринку легкових автомобілів може бути досягнутий через певні зрушення, що виникають при реалізації всіх прийнятих на державному рівні заходів:

- організація виробництва автомобільних комплектуючих окремо від виготовлення готових легкових автомобілів;
- збільшення частки вітчизняних автомобілів на внутрішньому ринку;
- зміни в структурі національної економіки через зростання частки прибутків автомобільної промисловості у внутрішньому валовому продукті країни;
- розширення модельного ряду виробництва та залучення більш престижних марок і моделей;
- коригування позиціонування існуючого модельного ряду автомобілів [68].

Отже, перспективи розвитку є цілком реальними, але для цього необхідна ефективна державна політика та прозорість інвестиційної політики країни [69, с. 41].

Незважаючи на поширену думку, що більшість «євроблях» завозиться з Литви, ця країна займає лише друге місце. На 31 січня 2018 року з Литви в Україну було ввезено 51,7 тис. автомобілів. Лідером за обсягами поставок

залишалась Польща, звідки було ввезено 110,7 тис. автомобілів на польській реєстрації. На третьому місці перебувала Німеччина, з якої в Україну потрапило 19,8 тис. автомобілів з іноземними номерами, а на четвертому – Болгарія з показником 14,1 тис. авто. Щодо точної кількості «євроблях» в Україні, то її визначити складно, оскільки частина транзитних автомобілів стає частиною автопарку через конвертацію в автомобілі, які перебувають у режимі «тимчасового ввезення» [70].

## **Висновки до розділу 2**

Ринок легкових автомобілів в Україні у період з 2020 по 2024 рік зазнав значних змін, які зумовлені як внутрішніми, так і зовнішніми чинниками. Початок цього періоду був позначений негативними впливами пандемії COVID-19, які включали зниження попиту на нові автомобілі через економічну нестабільність, падіння доходів населення та логістичні труднощі. Однак, з часом, ринок поступово відновлювався, що стало можливим завдяки стабілізації економічної ситуації, зниженню валютних коливань та покращенню умов кредитування. Важливими факторами, що вплинули на розвиток ринку, були зміни в уподобаннях споживачів, що зумовило підвищений попит на автомобілі преміум-класу, а також зростання популярності певних марок автомобілів, таких як Renault, Skoda, Hyundai та Volkswagen. Окрім того, до 2024 року ринок продемонстрував ознаки стабільності та оптимізму, зростання продажів та позитивну динаміку в порівнянні з попередніми кризовими періодами.

Ринок легкових автомобілів в Україні стикається з низкою значних проблем, серед яких найактуальнішими є залежність від імпорту, застарілий автопарк, а також нестабільна законодавча база. Ці фактори уповільнюють розвиток вітчизняного автомобільного виробництва та негативно впливають на конкурентоспроможність українського автопрому в умовах глобалізації. Крім того, проблеми з дорожньою інфраструктурою та зниженням обсягів виробництва вітчизняних авто компаній ще більше ускладнюють ситуацію.

Проте, перспективи розвитку ринку легкових автомобілів в Україні є. Вони зумовлені потенціалом для стимулювання локального виробництва, модернізації автопарку та впровадження нових технологій, зокрема електромобілів. Для вирішення існуючих проблем необхідно комплексно підходити до розвитку інфраструктури, підтримки вітчизняних виробників через державні програми, створення сприятливих умов для інвестицій та вдосконалення законодавчої та регуляторної бази.

Також важливо розвивати вторинний ринок автомобілів і сервісні центри, що сприятиме збільшенню обсягів продажів і покращенню прибутковості цього сегмента ринку. Для цього державі необхідно сприяти покращенню стану економіки, підвищенню купівельної спроможності населення, а також проводити освітні кампанії щодо безпеки і екологічності транспорту.

## ВИСНОВКИ

Таким чином, комплексний аналіз міжнародного ринку легкових автомобілів із застосуванням як загальних, так і спеціальних методів дослідження дозволив сформулювати низку теоретичних та практичних висновків, зокрема:

1. Оцінено теоретичні засади функціонування ринку легкових автомобілів.

Ринок легкових автомобілів є складною економічною категорією, що поєднує взаємодію попиту та пропозиції, а також формується під впливом численних факторів, включаючи соціально-економічний розвиток країни та глобальні тенденції. Він виконує кілька важливих функцій, зокрема соціальну, стимулюючу, інтеграційну, структуроутворюючу та дистрибутивну, що підтверджує його значущість як складової частини світової економічної системи. Основною метою ринку легкових автомобілів є задоволення потреб споживачів в транспортних засобах, при цьому забезпечуючи ефективну взаємодію між виробниками і покупцями, а також встановлення справедливої ціни через ринкові механізми. Конкуренція, що виникає на ринку, сприяє впровадженню нових технологій, підвищенню якості продукції та зниженню витрат виробників. Ринок легкових автомобілів також виконує роль регулятора, який через механізми ціноутворення та конкуренції визначає оптимальні пропорції для реалізації товарів. Це сприяє економічному зростанню, стабільності цін та ефективному розподілу ресурсів у межах автомобільної промисловості.

У результаті проведеного аналізу ринку легкових автомобілів можна зробити кілька ключових висновків. Ринок легкових автомобілів є складною та динамічною економічною системою, що включає безліч учасників, які взаємодіють на різних етапах товарного ланцюга — від виробників до кінцевих споживачів. Структура ринку, яка включає як нові, так і вживані автомобілі, потребує врахування різноманітних факторів, таких як державне регулювання, попит та пропозиція, а також додаткові послуги, що надаються дилерами.

Класифікація автомобілів за європейською системою дозволяє чітко визначити основні групи товарів на ринку, що дає можливість споживачам та виробникам орієнтуватися в асортименті та виборі відповідно до своїх потреб і вимог. Це також допомагає вдосконалювати маркетингові стратегії, орієнтуючись на конкретні сегменти споживачів. Сегментація ринку, у свою чергу, дозволяє виробникам та автодилерам зосередити свої ресурси на найбільш перспективних групах споживачів, що зменшує витрати на маркетинг і підвищує ефективність продажів. Крім того, технологічні інновації та постійне вдосконалення якості продукції сприяють розвитку нових моделей автомобілів, що відповідають зростаючим вимогам споживачів.

2. Проаналізовано глобальні тенденції ринку легкових автомобілів, включаючи новітні інновації та зміни в попиті.

Міжнародний ринок майнових автомобілів, зокрема легкових і вживаних авто, демонструє сталі тенденції зростання, зумовлені економічними факторами, змінами в поведінці споживачів та розвитком технологій. У розвинених країнах високий рівень автомобілізації відображає стабільний економічний розвиток, високі доходи населення та доступність фінансових продуктів. Водночас, ринки країн, що розвиваються, відзначають значний попит на вживані автомобілі, що пов'язано з їхньою доступністю та вигідними умовами придбання. В Україні спостерігається низький рівень автомобілізації порівняно з розвиненими країнами, що створює значний потенціал для розвитку ринку. Зростання попиту на вживані автомобілі, лібералізація ринку та імпорт вживаних авто свідчать про позитивні зміни на національному авторинку. Однак, для досягнення середньоєвропейських показників, необхідне подальше оновлення автопарку та збільшення імпорту. Глобальні тенденції, такі як розвиток електротранспорту, зростання екологічної свідомості та впровадження цифрових технологій, значно змінюють структуру ринку майнових автомобілів. Україна також активно інтегрує ці тенденції, зокрема через збільшення імпорту електричних та гібридних автомобілів.

3. Вивчено сучасний стан ринку легкових автомобілів в Україні.

Аналіз розвитку ринку легкових автомобілів в Україні в період 2020–2024 років свідчить про значні коливання в попиті та пропозиції, обумовлені як внутрішніми, так і зовнішніми факторами. Пандемія COVID-19 та початок повномасштабної війни спричинили значні труднощі, зокрема у вигляді зниження купівельної спроможності, перебоїв у постачанні та виробництві, а також політичної та економічної нестабільності. Проте, незважаючи на ці труднощі, ринок демонструє поступове відновлення завдяки стабілізації економічної ситуації, покращенню доступу до автокредитів та лібералізації імпорتنних умов. У 2023–2024 роках спостерігається значне зростання попиту на нові автомобілі, що є результатом позитивних економічних та політичних змін. Прогнози на майбутнє є оптимістичними, і ринок має всі шанси продовжити зростання. Це відкриває нові можливості для виробників та дилерів, хоча залишається високий рівень конкуренції.

Ринок також стає більш різноманітним завдяки зміні споживчих уподобань та зростанню популярності брендів преміум-класу. Прогнозується подальше зростання попиту на автомобілі різних класів, що сприятиме відновленню та розвитку української економіки в цілому. Урахування цих тенденцій дозволить підприємствам адаптуватися до нових умов та ефективно реагувати на виклики ринку в найближчій перспективі. Автомобільний ринок України, як і багато інших секторів економіки, відчуває вплив глобальних і локальних економічних процесів. За останні роки спостерігається тенденція до зменшення обсягів виробництва автомобілів вітчизняними підприємствами, що пояснюється економічною нестабільністю, інфляцією, девальвацією національної валюти та зниженням купівельної спроможності громадян. Водночас попит на вживані автомобілі зростає, а зміни в популярності брендів вказують на зміну споживчих уподобань.

Незважаючи на ці труднощі, ринок продовжує адаптуватися до нових економічних реалій. Присутність великих міжнародних брендів, таких як Toyota, Volkswagen і Renault, дозволяє споживачам отримувати доступ до широкого асортименту автомобілів, зокрема екологічно чистих моделей. Важливими

факторами, що впливають на розвиток ринку, є зміни в податковому законодавстві, митних ставках і зростаючий попит на електричні автомобілі. Загалом, в умовах глобалізації та змін на міжнародних ринках, український автомобільний ринок має величезний потенціал для відновлення, однак для цього необхідно враховувати як внутрішні економічні умови, так і вплив зовнішніх факторів.

4. Виявлено основні проблеми розвитку ринку легкових автомобілів в Україні та пошук можливих шляхів їх вирішення.

Ринок легкових автомобілів в Україні сьогодні перебуває в складній ситуації, яка зумовлена низкою системних проблем, таких як залежність від імпорту, застарілий автопарк, неефективне регулювання та недостатня розвиненість інфраструктури. Однак, незважаючи на ці труднощі, ринок має значний потенціал для розвитку, що підтверджується наявністю величезного попиту та низьким рівнем автомобілізації на душу населення. Враховуючи важливість цього сегмента для економіки країни, ключовими напрямками для подолання існуючих проблем є стимулювання вітчизняного виробництва, удосконалення законодавчої бази, підтримка електричного транспорту та розвиток необхідної інфраструктури. Держава повинна активно включитися в процеси підтримки галузі через запровадження довгострокових стратегій, податкові пільги, субсидії та інвестиційні програми, що сприятимуть відродженню виробничих потужностей. Продовження розвитку ринку легкових автомобілів неможливе без належного технічного регулювання та сприяння інноваціям, а також без створення сприятливого бізнес-клімату, який забезпечить більшу конкурентоспроможність вітчизняних виробників на внутрішньому ринку. Отже, лише за умови комплексного підходу до вирішення проблем, що виникають на ринку легкових автомобілів, Україна може забезпечити сталий розвиток цього сектора, підвищити екологічні стандарти, зменшити залежність від імпорту та сприяти покращенню загального рівня життя своїх громадян.

У результаті аналізу проблем та перспектив розвитку ринку легкових автомобілів в Україні можна зробити кілька висновків. По-перше, незважаючи на

важливість цього сектора для економіки країни та значний потенціал для розвитку, ринок залишається в складному становищі через низку структурних проблем. Серед основних викликів — зношеність виробничих фондів, обмежене фінансування інновацій та недостатня підтримка держави для ефективного розвитку автомобільної промисловості.

Наявні проблеми, зокрема погана якість доріг, значно знижують ефективність використання автомобілів, що також негативно впливає на попит та розвиток ринку. Крім того, зниження обсягів виробництва та зменшення виробничих потужностей підприємств є наслідками недостатньої уваги до модернізації виробничої інфраструктури і втратою конкурентоспроможності на внутрішньому ринку. Однак, перспективи розвитку ринку легкових автомобілів в Україні залишаються досить позитивними. Завдяки потенціалу зростання кількості автомобілів на душу населення та розвитку вторинного ринку, ринок може стати привабливим для вітчизняних та іноземних виробників. Потрібно лише сприяти покращенню інфраструктури, розвитку виробничих потужностей, залученню інвестицій та ефективному регулюванню з боку держави. Для досягнення сталого розвитку сектору необхідно вжити заходів, спрямованих на збільшення частки вітчизняних автомобілів на ринку, розширення модельного ряду, а також модернізацію виробничих процесів. Водночас важливо забезпечити прозорість інвестиційної політики та підтримку інновацій у цій галузі. В разі реалізації цих заходів, ринок легкових автомобілів в Україні може стати конкурентоспроможним і ефективним, сприяючи розвитку національної економіки.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ануліч А., Кіріцева О. Сталий розвиток автомобільного транспорту: екологічні виклики та рішення. *Наука та виробництво*. 2024. № 28. С. 86–91. URL: <https://doi.org/10.31498/2522-9990282024318374> (дата звернення: 15.04.2025).
2. Бей Н. Перспективи розвитку виробництва легкових автомобілів в Україні на початку XXI ст. *Часопис української історії*. 2018. Вип. 37. С. 138–143.
3. Боймуротова М. Ш., Левченко Р. В., Karková I. M. Вплив автомобільного транспорту на навколишнє середовище. *XXXI Міжнародна науково-практична конференція студентів, аспірантів та молодих учених «Актуальні проблеми життєдіяльності суспільства»*. 2024. URL: <https://doi.org/10.32782/2222-5099.2024.4.25> (дата звернення: 15.04.2025).
4. Вахович І.М., Камінська І.М., Волинчук Ю.В. Проблеми та перспективи розвитку автомобілебудування в Україні. *Економічний форум*. 2020. Т. 1, № 1. С. 20–29. URL: <https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2020-1-4> (дата звернення: 15.04.2025).
5. Волошин А. Педагогічні умови формування професійної компетентності майбутніх механіків автомобільного транспорту. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. 2024. Т. 4, № 138. С. 284–303. URL: <https://doi.org/10.24139/2312-5993/2024.04/284-303> (дата звернення: 15.04.2025).
6. Ельмурзаєв М. С. Дослідження і прогнозування кон'юнктури ринку легкових автомобілів в Україні : thesis. 2017. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/5663> (дата звернення: 15.04.2025).
7. Гречан А., Хоменко Н. Особливості розвитку підприємств автомобільного транспорту на інноваційних засадах. *Automobile Roads and Road*

*Construction*. 2022. № 112. С. 316–321. URL: <https://doi.org/10.33744/0365-8171-2022-112-316-321> (дата звернення: 15.04.2025).

8. Гришко У. П. Формування європейського законодавства у сфері захисту прав споживачів. *Juridical scientific and electronic journal*. 2023. № 8. С. 103–106. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0374/2023-8/21> (дата звернення: 15.04.2025).

9. Гужва І. Ю. Виклики для української промисловості в умовах воєнного стану. *Розвиток транспортної інфраструктури як драйвер економічного зростання галузей економіки*. 2023. URL: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-294-7-6> (дата звернення: 15.04.2025).

10. Даниленко Є. Державне регулювання розвитку ринку легкових автомобілів: вітчизняний та міжнародний досвід. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2022. № 29. С. 73–91. URL: <https://doi.org/10.30977/ppb.2226-8820.2022.29.73> (дата звернення: 15.04.2025).

11. Дідківський В. Методична основа публічного управління безпекою комерційного автомобільного транспорту. *Актуальні питання у сучасній науці*. 2023. № 3(9). URL: [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-3\(9\)-208-219](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2023-3(9)-208-219) (дата звернення: 15.04.2025).

12. Дмитрів І., Скиба М. Вплив вікової структури парку легкових автомобілів на екологію великого міста. *Молодий вчений*. 2022. № 8 (108). С. 8–12. URL: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2022-8-108-3> (дата звернення: 15.04.2025).

13. Коренюк П.І. Роль інновацій у забезпеченні ефективного розвитку автомобільної промисловості в Україні: правові аспекти. *Економічні науки. Серія "Регіональна економіка"*. 2020. Т. 1, № 15(59). С. 116–128. URL: [https://doi.org/10.36910/2707-6296-2018-15\(59\)-12](https://doi.org/10.36910/2707-6296-2018-15(59)-12) (дата звернення: 15.04.2025).

14. Косар Н., Кузьо Н. Онлайн комунікації у підвищенні конкурентоспроможності дилерів на ринку легкових автомобілів

- України. *Економіка та суспільство*. 2022. № 40.  
URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-40-47> (дата звернення: 15.04.2025).
15. Кузьменко О. М. Вплив глобальних процесів на світовий ринок автомобілів. *Modern transformations in economics and management*. 2021.  
URL: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-064-3-5> (дата звернення: 15.04.2025).
16. Кузьо Н. Є., Косар Н. С., Мельниченко І. І. Електронна комерція в Україні: сучасний стан, галузеві особливості та організаційні форми. *Маркетинг і цифрові технології*. 2021. Т. 5, № 1. С. 27–41.
17. Лазарєв А. Автомобілебудування в Україні: поточний стан, виклики та сценарії розвитку. *Development Service Industry Management*. 2023. № 3. С. 12–22. URL: [https://doi.org/10.31891/dsim-2023-3\(2\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2023-3(2)) (дата звернення: 15.04.2025).
18. ЛАЗАРЄВ А. Змістовні сценарії відбудови та розвитку автомобілебудування в Україні у повоєнному періоді. *Development Service Industry Management*. 2024. № 4. С. 77–85. URL: [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-8\(13\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-8(13)) (дата звернення: 15.04.2025).
19. Маньківський Ю. Р., Томчук О. Ф. Порівняння автомобільного ринку України і розвинених країн ЄС. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2020. № 31. С. 67–75.
20. Михальчинець Г. Т. Особливості ресурсного забезпечення підприємств автомобільного транспорту та їх планування. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid*. 2022. № 19-20. С. 78–85. URL: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2022.19-20.78> (дата звернення: 15.04.2025).
21. Монастирський Ю., Максименко І. Перспективи декарбонізації автомобільного транспорту глибоких кар'єрів. *Сучасні технології в машинобудуванні та транспорті*. 2024. Т. 1, № 22. С. 252–257. URL: <https://doi.org/10.36910/automash.v1i22.1367> (дата звернення: 15.04.2025).
22. Підлісна О. В., Підлісний В. В. Імпорт та національний виробник автомобілів на ринку України : thesis. 2013.  
URL: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/47877> (дата звернення: 15.04.2025).

23. Пойда-Носик Н., Бачо Р. Аналіз тенденцій розвитку автомобільної промисловості в Україні. *Acta Academiae Beregsasiensis. Economics*. 2022. № 2. С. 13–23. URL: <https://doi.org/10.58423/2786-6742/2022-2-13-23> (дата звернення: 15.04.2025).

24. Прикладні аспекти формування нових професій для автомобільного транспорту / А. М. Новікова та ін. *Efektivna ekonomika*. 2023. № 6. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.6.8> (дата звернення: 15.04.2025).

25. Про внесення змін до Методики визначення середньоринкової вартості легкових автомобілів : Постанова Каб. Міністрів України від 05.08.2020 № 678. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/678-2020-п#Text> (дата звернення: 15.04.2025).

26. Про встановлення ліміту легкових автомобілів, що обслуговують державні органи : Постанова Каб. Міністрів України від 02.04.2001 № 314 : станом на 14 листоп. 2008 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/314-2001-п#Text> (дата звернення: 15.04.2025).

27. Про розвиток автомобільної промисловості України : Закон України від 18.03.2004 № 1624-IV : станом на 29 лип. 2005 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1624-15#Text> (дата звернення: 15.04.2025).

28. Савич О. П. Ефективні логістичні процеси як конкурентна перевага на світовому ринку автомобілів. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2016. № 13. URL: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.13.2016.80339> (дата звернення: 15.04.2025).

29. Саленко Ю. С., Шевчук О. Ю. Проблеми розвитку автомобілебудування в Україні. *XXXI Міжнародна науково-практична конференція студентів, аспірантів та молодих учених «Актуальні проблеми життєдіяльності суспільства»*. 2024. URL: <https://doi.org/10.32782/2222-5099.2024.4.30> (дата звернення: 15.04.2025).

30. Трошин М., Кістол А., Баранник В. Вплив автомобільного транспорту на довкілля. *Grail of Science*. 2023. № 26. С. 261–264. URL: <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.14.04.2023.047> (дата звернення: 15.04.2025).
31. Формування класифікаційних ознак дорожніх легкових автомобілів / В. Кищун та ін. *Сучасні технології в машинобудуванні та транспорті*. 2019. Т. 2, № 13. С. 23–29. URL: <https://doi.org/10.36910/automash.v2i13.84> (дата звернення: 15.04.2025).
32. Хоменко Н. В. Фактори впливу на рівень інноваційного розвитку українських підприємств автомобільного транспорту. *Economic Synergy*. 2023. № 4. С. 178–186. URL: <https://doi.org/10.53920/es-2023-4-12> (дата звернення: 15.04.2025).
33. Хоменко Н. Механізм розвитку інноваційного потенціалу підприємств автомобільного транспорту. *Актуальні питання у сучасній науці*. 2024. № 6(24). URL: [https://doi.org/10.52058/2786-6300-2024-6\(24\)-143-149](https://doi.org/10.52058/2786-6300-2024-6(24)-143-149) (дата звернення: 15.04.2025).
34. Хоменко Н. Напрями та особливості інноваційного розвитку українських підприємств автомобільного транспорту. *Наукові інновації та передові технології*. 2023. № 3(17). URL: [https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-3\(17\)-242-250](https://doi.org/10.52058/2786-5274-2023-3(17)-242-250) (дата звернення: 15.04.2025).
35. Шевченко І. Ю. Методичні засади оцінювання конкурентоспроможності автомобілебудівних підприємств у контексті формування державної стратегії розвитку автомобілебудування. *Bulletin of the Kyiv National University of Technologies and Design. Series: Economic sciences*. 2019. Т. 125, № 4. С. 49–61. URL: <https://doi.org/10.30857/2413-0117.2018.4.5> (дата звернення: 15.04.2025).
36. Шевченко І., Лапоног Д. Нормативні засади державного регулювання розвитку автомобільного транспорту. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2023. № 31. С. 151–160. URL: <https://doi.org/10.30977/ppb.2226-8820.2023.31.151> (дата звернення: 15.04.2025).

37. Шевченко І. Ю. Регіональна диференціація автомобілізації населення України. *Економіка: реалії часу*. 2015. № 3 (19). С. 41–46.

38. Algorithmization of the knowledge base in service of passenger cars / V. Pavlenko та ін. *Journal of Mechanical Engineering and Transport*. 2022. Т. 14, № 2. С. 80–88. URL: <https://doi.org/10.31649/2413-4503-2021-14-2-80-88> (дата звернення: 15.04.2025).

39. Bahliuk Y., Kryzhanivska I. Вплив світових тенденцій екологізації на відновлення та розвиток автомобільної індустрії в Україні. *Економіка і організація управління*. 2018. № 3. С. 48–56. URL: <https://doi.org/10.31558/2307-2318.2018.3.5> (дата звернення: 15.04.2025).

40. Bakalinskiy A., Petrovskaya S. Comparison of quality of travels in Kiev by city and private transport in the conditions of automobilization of the population. *Scientific Notes of Taurida National V.I. Vernadsky University. Series: Economy and Management*. 2019. Vol. 5, no. 69. URL: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/69-5-7> (date of access: 15.04.2025).

41. Bolkvadze N., Mazur S. Public procurement in ukraine and eu countries. *Efektivna ekonomika*. 2020. No. 4. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.4.91> (date of access: 15.04.2025).

42. Chovcha I. To the choice of composition and mass parameters of trailers for cars. *Avtoshliakhovyk Ukrayiny*. 2024. Vol. 4, no. 281. P. 14–20. URL: <https://doi.org/10.33868/0365-8392-2022-4-272-14-20> (date of access: 15.04.2025).

43. Danylenko Y. S. Analyzing the Features of the Activities of the Regulatory Authorities of the Market for Sales of Passenger Cars in Ukraine and the World. *The problems of economy*. 2023. Vol. 2, no. 56. P. 4–15. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2023-2-4-15> (date of access: 15.04.2025).

44. Danylenko Y. S. The Public Procurement of Passenger Cars in Ukraine. *The problems of economy*. 2022. Vol. 4, no. 54. P. 35–45. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2022-4-35-45> (date of access: 15.04.2025).

45. Dmitriiev I., Shevchenko I. Problems and prospects of development of the automotive industry in Ukraine. *Scientific Journal of Polonia University*. 2017. Vol. 20, no. 1. P. 11–23. URL: <https://doi.org/10.23856/2001> (date of access: 15.04.2025).
46. Faizov A. Control in the public procurement system in Ukraine. *Bulletin of chernivtsi institute of trade and economics*. 2019. Vol. 73, no. 1. P. 40–47. URL: <https://doi.org/10.34025/2310-8185-2019-1.73.03> (date of access: 15.04.2025).
47. Gnatush V. A., Doroshenko V. S. Modern use of metal alloys for the automotive industry. *Metal and Casting of Ukraine*. 2020. Vol. 317-319, no. 10-12. P. 74–81. URL: <https://doi.org/10.15407/steelcast2019.10.074> (date of access: 15.04.2025).
48. Halushchak M., Halushchak O., Kuzhda T. Public procurement reform in Ukraine: system or contingency?. *Galic'kij ekonomičnij visnik*. 2022. Vol. 74, no. 1. P. 177–186. URL: [https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk\\_tntu2022.01.177](https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2022.01.177) (date of access: 15.04.2025).
49. Hulyk T., Naydovskaya A., Grabovetskaya Y. Development of a strategy for the promotion of cars on the ukrainian market. *Business Navigator*. 2022. No. 1(68). URL: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.68-5> (date of access: 15.04.2025).
50. Identification of Car damper Strut Supports Defects / M. Krasota et al. *Central Ukrainian Scientific Bulletin. Technical Sciences*. 2021. No. 4(35). P. 153–161. URL: [https://doi.org/10.32515/2664-262x.2021.4\(35\).153-161](https://doi.org/10.32515/2664-262x.2021.4(35).153-161) (date of access: 15.04.2025).
51. Ivanova L., Vovchanska O. The main determinants of the development of the global automotive industry. *International scientific journal "Internauka". Series: "Economic Sciences"*. 2016. No. 4(36). URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2020-4-5821> (date of access: 15.04.2025).
52. Kolomiyets H., Hlushchenko V. Ways to improve state regulation of the automotive industry in Ukraine. *Efektivna ekonomika*. 2021. No. 11. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.11.23> (date of access: 15.04.2025).

53. Krekhivskiy O. Protectionism as determinant of the development of automobile manufacturing in Great Britain. *Economy of Ukraine*. 2023. Vol. 2023, no. 10. P. 58–82. URL: <https://doi.org/10.15407/economyukr.2023.10.058> (date of access: 15.04.2025).

54. Mangushev D. V., Babenko N. M. The Importance of Consulting for the Ukrainian Market for Sales of New Passenger Cars. *Business Inform*. 2023. Vol. 6, no. 545. P. 191–196. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-6-191-196> (date of access: 15.04.2025).

55. Modern motor transport of the mining complex: challenges and solutions / I. V. Makarova et al. *Mining Industry Journal (Gornay Promishlennost)*. 2025. No. 1S/2025. P. 28–33. URL: <https://doi.org/10.30686/1609-9192-2025-1s-28-33> (date of access: 15.04.2025).

56. Odukhа M. V. Administrative procedure for public administration of public procurement in Ukraine. *Legal Novels*. 2024. Vol. 3, no. 22. P. 5–12. URL: <https://doi.org/10.32782/ln.2024.22.3.1> (date of access: 15.04.2025).

57. Odukhа M. V. Concept and content of public procurement administration in Ukraine. *Law Bulletin*. 2022. No. 26. P. 167–172. URL: <https://doi.org/10.32850/lb2414-4207.2022.26.22> (date of access: 15.04.2025).

58. O. R., A. B., R. L. Програмне забезпечення проектування деталей автомобілів. *International scientific and technical conference Information technologies in metallurgy and machine building*. 2024. С. 387–392. URL: <https://doi.org/10.34185/1991-7848.itmm.2024.01.074> (дата звернення: 15.04.2025).

59. Pavlova O. The System of Marketing Promotion Measures for Products on the B2B Market based on the Example of Agricultural Machinery Enterprises. *Modern Economics*. 2020. Vol. 20, no. 1. P. 186–191. URL: [https://doi.org/10.31521/modecon.v20\(2020\)-30](https://doi.org/10.31521/modecon.v20(2020)-30) (date of access: 15.04.2025).

60. Revitalization of Public Passenger Cars in Bekasi Regency / A. S. Pramono et al. *Eduvest - Journal of Universal Studies*. 2025. Vol. 5, no. 2.

P. 1630–1645. URL: <https://doi.org/10.59188/eduvest.v5i2.50820> (date of access: 15.04.2025).

61. Shevchenko I., Plakhtiy A. Essential characteristics of innovation and investment potential of the automotive industry. *International scientific journal "Internauka". Series: "Economic Sciences"*. 2017. No. 7(39). URL: <https://doi.org/10.25313/2520-2294-2020-7-6178> (date of access: 15.04.2025).

62. Shevchenko I. Y. Methodical principles of typology of passenger cars regional markets. *Management*. 2018. Vol. 27, no. 1. P. 91–99. URL: <https://doi.org/10.30857/2415-3206.2018.1.8> (date of access: 15.04.2025).

63. Sribna Y. V., Stupnytskyi V. V. Тенденції та перспективи розвитку вітчизняного автомобілебудування в контексті глобальної міжнародної політики. *Bulletin National University of Water and Environmental Engineering*. 2020. Т. 2, № 90. С. 211. URL: <https://doi.org/10.31713/ve2202020> (дата звернення: 15.04.2025).

64. Stashenko M. S. Development of the street-delivery network of cities at the present stage of automobilization in Ukraine. *Problems of theory and history of architecture of Ukraine*. 2019. No. 19. P. 132–139. URL: <https://doi.org/10.31650/2519-4208-2019-19-132-139> (date of access: 15.04.2025).

65. Syrotyuk H. Substance and efficiency of public procurement in Ukraine. *Black Sea Economic Studies*. 2021. No. 61. URL: <https://doi.org/10.32843/bses.61-5> (date of access: 15.04.2025).

66. Tkachenko N. Transformation of public procurement in Ukraine. *Economy of Ukraine*. 2018. Vol. 2018, no. 9. P. 123–138. URL: <https://doi.org/10.15407/economyukr.2018.09.123> (date of access: 15.04.2025).

67. Tkachyk F., Krysovata K. Efficiency of public procurement in Ukraine. *Efektivna ekonomika*. 2020. No. 7. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2020.7.50> (date of access: 15.04.2025).

68. Turdibekov Y. I. Depreciation calculation methodology in the evaluation of motor vehicles. *Economics and Innovative Technologies*. 2022. Vol. 10, no. 3. URL: [https://doi.org/10.55439/eit/vol10\\_iss3/a23](https://doi.org/10.55439/eit/vol10_iss3/a23) (date of access: 15.04.2025).

69. Yevhen S. Y. S. The Regional Public Procurement of Passenger Cars in Ukraine. *Business Inform.* 2023. Vol. 5, no. 544. P. 41–52. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2023-5-41-52> (date of access: 15.04.2025).

70. Zdyrko N. Principles of public procurement in Ukraine. *Scientific Notes of Taurida National V.I. Vernadsky University. Series: Economy and Management*. 2020. Vol. 1, no. 70. URL: <https://doi.org/10.32838/2523-4803/70-1-39> (date of access: 15.04.2025).