

спрямованість інвестицій. Сьомий етап полягає у формуванні інвестиційної політики підприємства в регіональному розрізі. На останньому, завершальному етапі розробки відбувається взаємоузгодження основних напрямків інвестиційної політики підприємства.

При великих обсягах інвестиційної діяльності підприємства його інвестиційна політика диференціюється в розрізі реального та фінансового інвестування. Перспективами подальших наукових досліджень доцільним є аналіз внутрішніх та зовнішніх факторів впливу на розробку інвестиційної політики підприємства.

Список використаних джерел:

1. Гринько Т.В., Пасека Д.В. Фактори підвищення ефективності діяльності підприємства. *Економіка і менеджмент-2013: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: Збірник наукових праць Міжнародної науково-практичної конференції: у 6 томах (м. Дніпропетровськ, 24-25 квітня 2014 р.)*. Дніпропетровськ: Біла К.О., 2014. Т. 4. С. 103-105.
2. Гринько Т.В. Формирование механизма инновационного развития предприятия. *Инвестиції: практика та досвід*, 2011. №7. Квітень. С. 18-22.
3. Гриценко Л. Л. Принципи формування державної інвестиційної політики в сучасному економічному середовищі держави. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2011. № 5 (50). С. 52-56.

Лихачевська А. Ю.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ
АВТОМОБІЛЬНИХ ШИН**

Глобальні кризові явища призвели світову індустрію до стану турбулентності, «потрясіння на різних ринках стають дедалі частішими, це являє собою так звану нову нормальність» [1]. В таких умовах пошук бізнесу, на який не надто впливають кризові явища, стає актуальним завданням. Одним з таких видів бізнесу є виробництво та реалізація автошин, оскільки попит на цей товар залежить від кількості автотранспорту, який в нашій країні постійно зростає. Але, на сьогодні не в повній мірі дослідженими залишаються проблеми виходу на ринок нових підприємств з виробництва та продажу автомобільних шин, що обумовлює актуальність наукових досліджень в цьому напрямку, зокрема, стану та перспектив розвитку даного ринкового сегменту.

На вітчизняному ринку шин споживачеві пропонується широкий асортимент продукції. В Україні активно представлені практично усі світові лідери з виробництва шин, які є відомими брендами, в тому числі: Nokian, Continental, Goodyear, Hankook, Michelin, Nexen та інші. Вітчизняні виробники представлені компаніями Rosava і «Дніпрошина», але їх частка на ринку автомобільних шин складає не більше 10–15% як у натуральному, так і в грошовому вимірі. Основні країни-імпортери шин на український ринок – це Білорусь, Польща, Китай та Корея. При цьому, в цілях заощадження коштів і зниження витрат на обслуговування автомобілів українські автомобілісти все частіше купують вживані шини, так як різниця в ціні іноді є колосальною, і може складати до 80% [2].

На вітчизняному ринку 10% складають шини преміального сегменту, приблизно 50% – бюджетного і 40% – середнього сегменту [3].

Особливістю українського ринку автомобільних шин є тенденції до більш високих темпів оновлення парку легкових автомобілів ніж вантажних, що впливає на динаміку ринку продажу шин.

Український ринок характеризується яскраво вираженою специфікою продажу по регіонам країни продукції за брендами. Найбільшу частку на ринку України займають національні бренди – Rosava і Premiorгі, частка останні роки тримається на рівні 25%. Частка ринку за вісім місяців цього року у всіх інших представників у разі нижче. Наприклад, у Белшини – 8%, Hankook – 7,9%. Bridgestone – 3,6%, Michelin – 3,2%, Nokian – 3,1% та ін.

Зокрема, в західних регіонах надають споживачі перевагу шинам імпортованим із Польщі. В східних областях емоційні прихильності населення приводять до збільшення попиту на шини російського та білоруського походження. Ринок Києва характеризується схильністю споживачів до шин преміального сегменту (на які в місті найвищий попит в Україні) та шин виробництва відомих світових брендів. В інших містах, в тому числі в Харкові та Дніпрі, споживачі відрізняються більш прагматичною поведінкою навіть в сегменті преміум.

Останні роки на ринку шин намітились тенденції до переходу торгівлі в онлайн режим, на сьогодні 20% інтернет-продавців починають контролювати 80% продажів. Онлайн продажу великі компанії давно виділили в окремий бізнес, а дрібні продавці почали це робити останні два-три роки.

В 2020 році ускладнився бізнес оптових продавців шин. Через пандемію Covid-19 закордонні шинні заводи внесли зміни в свою роботу, що призвело до тимчасової зупинки виробництва, зниження обсягів виробництва, відвантаження продукції із відчутними затримками. В наслідок – у сезон масових покупок шин у роздрібній торгівлі, у оптових продавців спостерігаються проблеми із наявністю необхідних асортиментних позицій. Поставлені шини із значним запізненням залишаються не реалізованими, їх зберігають до наступного сезону, що призводить до заморожування великих фінансових коштів та зростання витрат на зберігання.

Ще одна проблема українського ринку – це валютні ризики. В останній час гривня «просідає», тому ціни на імпортні шини в гривні відповідно зростають. У преміум сегменті це не відіграє великої ролі в позиціонуванні на ринку. Однак, інша ситуація складається в медіум- і бюджетному сегментах шин. В цьому сегменті укріплюється позиція шин українських торгових марок Rosava і Premiorгі, так як на їх вартість курс валюти впливає значно слабше, ніж на імпортні

Іншим фактором популяризації шин національного виробництва є розширення асортименту легкових шин білоцерківського заводу, який вже охоплює велику кількість марок і моделей автомобілів, в тому числі відомих світових виробників. Технологічні інновації, впроваджені на білоцерківському заводі дозволили виробляти сучасні шини. За результатами шинних тестів, властивості останніх моделей шин марок Rosava і Premiorгі роблять їх вагомими конкурентами у сегменті шин медіум-класу. Крім цього, китайські

шини цього сегменту відомих автомобільних ЗМІ за результатами тестування дискваліфікують через незадовільні гальмівні властивості на мокрому покритті.

Перспективним напрямком розвитку ринку шин спеціалісти вважають появу нових представництв виробників шин, зокрема турецьких, із формуванням регіональних складів і активним брендуванням точок продажу.

Отже, сучасний стан українського ринку автомобільних шин характеризується зростання частки продажу шин українського виробництва, ймовірно тенденція що склались будуть залишатися незмінними протягом найближчого часу.

Список використаних джерел:

1. A. Kotler, D. Caslion (2009) Chaotic: Management and Marketing in the Age of Turbulence, Kyiv
2. Итоги украинского рынка шин для легковых авто за 8 месяцев 2020 года. URL: <http://autoconsulting.ua/article.php?sid=47683>
4. Сайт державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

Лісовець А. М.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЛІЗИНГУ В УКРАЇНІ

На сьогоднішній день економіка України потребує розвитку та трансформації. Актуальність розвитку лізингу в Україні обумовлена насамперед застарілою матеріально – технічною базою промислових підприємств, а також нестачею фінансових ресурсів з метою її модернізації. Для цього необхідно залучати кошти, які були б використані для оновлення основних ресурсів підприємств. Одним з сучасних методів оновлення основних засобів є лізинг.

Держава не має довгострокової стратегії розвитку лізингу в країні, і тим самим робить його економічно не вигідним. Крім цього, глобальна фінансова криза загальмувала розвиток цього інструменту, яка загострилась в Україні через невирішені проблеми, які передували їй (рис. 1). Тому необхідно удосконалити законодавчу базу щодо лізингу, а також вживати інші заходи для удосконалення лізингових відносин.

Під час нестійкої економічної ситуації в Україні ринок лізингових послуг знаходиться на стадії становлення, при цьому активне використання лізингу помітно впливає на розвиток реального сектору економіки України.

Проаналізувавши проблеми розвитку ринку лізингу в Україні, необхідно визначити перспективи його розвитку. Для всебічного розвитку економічних процесів у країні, активізації підприємницької діяльності, а також розвитку бізнесу необхідно запроваджувати нові методи фінансування реального сектору економіки для того, щоб модернізувати техніко-технологічну базу виробництва. У статті Горбатенко О.А. «Проблеми та перспективи розвитку лізингових відносин в Україні» зазначено, що «для України саме розширення лізингових операцій є одним із таких методів фінансування» [1].