

РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРОДАЖУ ЛЕГКОВИХ АВТОМОБІЛІВ В УКРАЇНІ

© Шевченко І. Ю., Гуляєв І. О., 2016

Виявлено регіональні особливості розвитку ринку продажу легкових автомобілів в Україні. Досліджено динаміку обсягу реалізованих легкових автомобілів в Україні у регіональному перерізі. Тим самим, останні шість років були дуже важкими для українського ринку продажу легкових автомобілів: у 2011 р. обсяг реалізації легковиків в Україні зріс на 35,69 %, у 2012 р. – скоротився на 21,23 %, у 2013 р. – зріс на 15,99 %, у 2014 р. – скоротився на 50,73 %, у 2015 р. – скоротився на 53,24 %. Зроблено висновок про те, що найчутливішими до зміни обсягу реалізованих легковиків є Київська, Луганська, Львівська, Одеська, Донецька, Волинська, Тернопільська, Житомирська, Чернівецька, Чернігівська, Кіровоградська, Черкаська і Херсонська області. Виявлено, що найпопулярнішими брендами легковиків в Україні в останні шість років були Hyundai, Vaz (Lada), Renault, Volkswagen, Skoda, Kia, Ford, Geely, Nissan, Chevrolet, Mitsubishi, Chery, Daewoo, Mazda, Honda, Mercedes-Benz, Ssang Yong, Suzuki, Lexus і Subaru. Проте більша частина легковиків цих брендів була реалізована у Київській, Донецькій, Харківській, Дніпропетровській і Одеській областях.

Ідентифіковано, що найвищим рівнем розвитку характеризуються регіональні ринки продажу легкових автомобілів Київської, Донецької, Дніпропетровської, Луганської, Одеської, Запорізької, Харківської, Львівської областей та АР Крим, найнижчим рівнем розвитку – регіональні ринки Волинської, Житомирської, Івано-Франківської, Рівненської, Тернопільської та Чернівецької областей.

Ключові слова: регіональний ринок, ринок продажу легкових автомобілів.

I. Yu. Shevchenko, I. O. Gulyaev

Kharkiv National Automobile and Highway University (Ukraine)

REGIONAL FEATURES OF DEVELOPMENT OF THE CARS SALE MARKET IN UKRAINE

© Shevchenko I. Yu., Gulyaev I. O., 2016

In the article the regional features of development of the cars sale market in Ukraine are revealed. The dynamic of the sold cars volume in Ukraine in the regional aspect is investigated. Thus, the last 6 years were very difficult for Ukrainian cars sale market: in 2011 year the volume of cars sale in Ukraine has increased by 35,69 %, in 2012 year – decreased by 21,23 %, in 2013 year – increased by 15,99 %, in 2014 year – decreased by 50,73 %, in 2015 year – decreased by 53,24 %. The authors have concluded that the most sensitive to changes in the sold cars volume are Kyiv region, Lugansk region, Lviv region, Odessa region, Donetsk region, Volyn region, Ternopil region, Zhytomyr region, Chernivtsi region, Chernihiv region, Kirovohrad region, Cherkasy region and Kherson region. The authors have identified that the most popular cars brands in Ukraine in the last 6 years were Hyundai, Vaz (Lada), Renault, Volkswagen, Skoda, Kia, Ford, Geely, Nissan, Chevrolet, Mitsubishi, Chery, Daewoo, Mazda,

Honda, Mercedes-Benz, Ssang Yong, Suzuki, Lexus and Subaru. But the more part of this brands cars was sold in Kyiv region, Donetsk region, Kharkiv region, Dnipropetrovsk region and Odessa region.

The authors have identified that the highest level of development of the regional cars sale market is characterized for Kyiv region, Donetsk region, Dnipropetrovsk region, Lugansk region, Odessa region, Zaporizhia region, Kharkiv region, Lviv region and the Autonomous Republic of Crimea, the lowest level of development of the regional cars sale market is characterized for Volyn region, Zhytomyr region, Ivano-Frankivsk region, Rivne region, Ternopil region and Chernivtsi region.

Key words: regional market, cars sale market.

Постановка проблеми. Ринок продажу легкових автомобілів є надзвичайно перспективним об'єктом дослідження, адже значною мірою характеризує соціально-економічні процеси на макrorівні.

Згідно з Законом України «Про автомобільний транспорт», легковий автомобіль – це автомобіль, який за своєю конструкцією та обладнанням призначений для перевезення пасажирів з кількістю місць для сидіння не більше ніж дев'ять з місцем для водія включно [1]. З огляду на таку незначну пасажиромісткість, легкові автомобілі найчастіше знаходяться у приватній власності фізичних осіб, задовольняючи їхні особисті потреби у транспортному переміщенні або використовуючись у підприємницькій діяльності з надання послуг з перевезення пасажирів (як правило, послуг таксі).

До того ж легковий автомобіль є одним з найважливіших товарів тривалого користування, який постійно потребує додаткових витрат – на паливо, мастильні та інші матеріали, антифризи, зміну шин, проходження технічного обслуговування та проведення поточного ремонту тощо. Відповідно, плануючи придбання легкового автомобіля, потенційний покупець розуміє, що відтепер рівень його щомісячних витрат зросте, тому придбання легковика – це свого роду індикатор матеріального добробуту населення.

Не дивно, що найчастіше країни з найвищим рівнем автомобілізації (моторизації) населення є економічно розвиненими країнами з дуже високим рівнем людського розвитку [2, с. 44].

Однак потрібно пам'ятати, що на пострадянському просторі, з огляду на вплив ментальних чинників, легковий автомобіль ще й досі розглядається не лише як «засіб пересування», а й як важливий елемент соціального статусу свого володаря. Тому часто вітчизняні потенційні автомобілісти під час купівлі легковика вибирають найдорожчі моделі (ніж попередньо планувалося), з огляду на брендові аспекти [3, с. 27].

В Україні також відбувається зростання частки легкових автомобілів преміум класу у структурі реалізованих легковиків. Серед великого розмаїття легкових автомобілів легковики преміум класу вирізняються високою якістю, обмеженим випуском та часто завищеною продажною ціною. Зростання такого сегмента на національному ринку продажу легкових автомобілів свідчить про збільшення частки населення з надприбутками, адже вартість таких автомобілів коливається від 800 тис. грн до 4,5 млн грн. До того ж за результатами попередніх досліджень [4, с. 170] виявлено, що у 2014 р. 44,81 % продаж легкових автомобілів преміум класу припадав на Київську область, 8,95 % – на Харківську, 8,68 % – на Одеську, 8,24 % – на Дніпропетровську, 5,25 % – на Донецьку, 4,06 % – на Львівську області. Як бачимо, шість областей зосереджують фактично 80 % від реалізованих легковиків преміум класу, а на інші 19 адміністративно-територіальних одиниць України припадає лише 20 % проданих «преміальних» легковиків. Зазначені дані свідчать про доцільність дослідження вітчизняного ринку продажу легкових автомобілів саме у регіональному перерізі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Незважаючи на значну перспективність дослідження теоретичних, методичних і прикладних аспектів розвитку ринку продажу легкових автомобілів в Україні, лише небагато вітчизняних учених приділяли увагу зазначеним аспектам у власних наукових працях.

Динаміка виробництва та продажу легкових автомобілів в Україні за період 2006–2010 рр. була оцінена та порівняна з аналогічними показниками в країнах Європейського Союзу у дослідженні В. В. Мовчаренко і В. В. Гливенко [5, с. 177].

О. В. Юринець і О. Я. Марущак також розглядали динаміку обсягів виробництва, експорту та імпорту легкових автомобілів в Україні (утім у ширшому ретроспективному періоді – у 2004–2012 рр.), проте у контексті аналізу тенденцій і виявлення перспектив розвитку вітчизняної автомобілебудівної галузі у післякризовий період [6, с. 102].

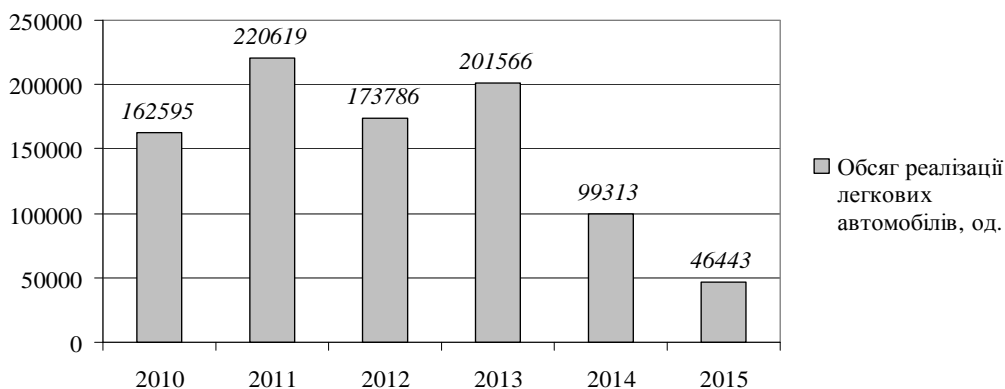
В. А. Боднарюк також досліджував обсяги виробництва та реалізації легкових автомобілів у 2012–2013 рр. в Україні (зокрема за брендами легковиків), а також запропонував заходи з виведення вітчизняного автомобілебудування з кризового стану [7, с. 223–224].

Актуальний комплексний аналіз особливостей функціонування національного ринку продажу легкових автомобілів був проведений О. О. Димою, а саме: дослідник оцінив тенденції зміни обсягів продажу нових автомобілів в Україні у період 2011–2014 рр. (зокрема в контексті аналізу їх походження й цінової сегментації), виявлено перспективи розвитку первинного та вторинного ринків продажу легковиків (зокрема охарактеризовано їх структуру та співвідношення), а також представлено авторську модель ринку продажу легкових автомобілів в Україні [8, с. 45–48].

Утім, незважаючи на наявність актуальних публікацій за тематикою функціонування ринку продажу легкових автомобілів в Україні, у цих працях у жоден спосіб не висвітлюються регіональні аспекти розвитку цього ринку.

Постановка цілей. Мета дослідження – виявлення регіональних особливостей розвитку ринку продажу легкових автомобілів в Україні.

Виклад основного матеріалу. В останні шість років вітчизняний ринок продажу легкових автомобілів переживає скрутні часи: на зміну нестабільній динаміці обсягу реалізації легковиків у 2010–2013 рр. відбулось стрімке зменшення ємності ринку у 2014–2015 рр. (див. рисунок).



Динаміка обсягу реалізації легкових автомобілів у період за 2010–2015 рр.

Примітка. Побудовано за даними [9–14].

Як бачимо з даних рисунка, у 2011 р. обсяг реалізації легковиків в Україні зріс на 35,69 %, у 2012 р. – скоротився на 21,23 %, у 2013 р. – зріс на 15,99 %, у 2014 р. – скоротився на 50,73 %, у 2015 р. – скоротився на 53,24 %. Загалом зменшення обсягу реалізації легкових автомобілів в Україні у 2015 р. порівняно з даними 2010 р. становило 71,44 %.

У 2011 р. обсяг продажу легкових автомобілів зріс в усіх регіонах України: найбільше – у Київській (на 54,03 %), Донецькій (на 40,28 %) та Луганській областях (на 32,33 %), найменше – у Волинській (на 15,22 %), Чернівецькій (на 15,30 %) та Тернопільській областях (на 15,56 %). У 2012 р. обсяг продажу легкових автомобілів зменшився у всіх регіонах України: найбільше – у Луганській (на 45,39 %), Житомирській (на 43,97 %) і Чернігівській областях (на 43,62 %), найменше – у Львівській (на 11,50 %), Одеській (на 16,91 %) і Київській областях (на 17,59 %). У 2013 р. обсяг продажу легкових автомобілів зріс фактично в усіх регіонах України (окрім Тернопільської області, де досліджуваний показник зменшився на 5,85 %): найбільше – у Луганській (на 63,13 %), Кіровоградській (на 49,49 %) і Житомирській областях (на 44,35 %), найменше – у Львівській (на 2,60 %), Одеській (на 6,05 %) і Київській областях (на 9,19 %). У 2014 р. обсяг продажу легкових автомобілів зменшився в усіх регіонах України: найбільше – у Київській області (на 94,00 %), АР Крим (на 81,47 %) і Донецькій області (на 67,20 %), найменше – у

Рівненській (на 29,17 %), Волинській (на 33,06 %) і Черкаській областях (на 33,88 %). У 2015 р. обсяг продажу легкових автомобілів зменшився у всіх регіонах України: найбільше – у АР Крим (на 100,00 %), Київській (на 89,64 %) і Луганській областях (на 85,07 %), найменше – в Одеській (на 34,27 %), Херсонській (на 37,25 %) та Львівській областях (на 38,14 %).

Тим самим, враховуючи засади проведення контент-аналізу і рейтингового оцінювання, потрібно зазначити чутливість регіональних ринків:

– найдинамічнішим регіональним ринком продажу легкових автомобілів в Україні є ринок легковиків Київської області (частота згадування області під час описання граничних змін обсягів продажу легкових автомобілів у період 2010–2015 рр. – 1);

– друге місце за рівнем динамічності змін обсягів реалізації легковиків посідає Луганська область (частота згадування регіонів під час описання граничних змін обсягів продажу легкових автомобілів за період 2010–2015 рр. – 0,8);

– третє місце (і четверте) за рівнем динамічності змін обсягів реалізації легковиків посідають Львівська і Одеська області (частота згадування областей під час описання граничних змін обсягів продажу легкових автомобілів за період 2010–2015 рр. – 0,6);

– п'яте (і шосте, сьоме, восьме та дев'яте місця) за рівнем динамічності змін обсягів реалізації легковиків посідають Донецька, Волинська, Тернопільська і Житомирська області та АР Крим (частота згадування адміністративно-територіальних одиниць під час описання граничних змін обсягів продажу легкових автомобілів за період 2010–2015 рр. – 0,4);

– десяте місце за рівнем динамічності змін обсягів реалізації легковиків поділяють Чернівецька, Чернігівська, Кіровоградська, Черкаська та Херсонська області (частота згадування адміністративно-територіальних одиниць під час описання граничних змін обсягів продажу легкових автомобілів за період 2010–2015 рр. – 0,2).

Таблиця 1

Розподілення реалізованих легкових автомобілів в Україні за регіонами за період 2010–2015 рр.

Регіони	Частка реалізованих легкових автомобілів у загальному обсязі реалізованих легковиків по Україні, %*					
	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік	2014 рік	2015 рік
Вінницька область	2,27	2,32	1,97	2,14	2,50	2,64
Волинська область	0,93	0,81	0,64	0,72	0,98	1,15
Луганська область	4,35	4,74	3,29	4,58	3,10	0,99
Дніпропетровська область	8,07	8,55	8,38	8,65	9,64	7,46
Донецька область	10,02	12,36	11,09	11,87	7,90	2,75
Житомирська область	1,67	1,65	1,18	1,46	1,93	1,60
Закарпатська область	1,52	1,40	1,24	1,24	1,56	1,47
Запорізька область	4,32	4,25	3,53	3,69	3,71	3,85
Івано-Франківська область	1,33	1,22	1,10	1,09	1,45	1,34
Київська область	24,60	24,11	31,24	27,56	27,46	34,84
Кіровоградська область	2,12	1,94	1,46	1,89	2,21	2,11
АР Крим	4,67	4,47	4,66	4,51	1,70	н/д
Львівська область	3,09	2,87	3,23	2,86	3,56	4,71
Миколаївська область	2,24	1,97	1,78	1,97	2,14	2,55
Одеська область	5,26	4,62	4,88	4,46	5,32	7,48
Полтавська область	3,54	3,25	2,94	3,08	3,53	3,03
Рівненська область	1,03	1,00	0,98	0,96	1,38	1,44
Сумська область	2,07	1,99	1,52	1,84	2,03	2,05
Тернопільська область	1,24	1,08	1,00	0,82	1,09	1,10
Харківська область	6,84	6,82	7,01	7,33	7,67	8,03
Херсонська область	1,85	1,87	1,55	1,57	1,90	2,54
Хмельницька область	2,20	1,94	1,61	1,76	2,16	1,99
Черкаська область	2,22	2,27	1,83	1,87	2,51	2,44
Чернігівська область	1,61	1,68	1,20	1,36	1,67	1,49
Чернівецька область	0,94	0,82	0,69	0,72	0,90	0,95
РАЗОМ	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

* Розраховано за даними [9–14].

Вітчизняний ринок продажу легкових автомобілів має порівняно стійку структуру у регіональному перерізі. Здійснивши агрегацію статистичних даних Асоціації автовиробників України «УкрАвтопром», надамо основні результати аналізу розподілення реалізованих легкових автомобілів в Україні за регіонами за період 2010–2015 рр.

Як бачимо з даних табл. 1, найбільша частка реалізованих легковиків у досліджуваній період припадала на Київську область (24,11–34,84%), Донецьку (2,75–12,36%), Дніпропетровську (7,46–9,64%), Харківську (6,82–8,03%), Одеську (4,46–7,48%), Луганську (0,99–4,74%), Львівську (2,86–4,71%), АР Крим (1,70–4,67%) і Запорізьку області (3,53–4,32%). На усі інші регіони України в досліджуваній період припадало: у 2010 р. – 28,78%, у 2011 р. – 27,21%, у 2012 р. – 22,69%, у 2013 р. – 24,49%, у 2014 р. – 29,94%, у 2015 р. – 29,89% реалізованих легковиків.

Додатково перевірюючи дані табл. 1 за показником варіації, можна зробити висновок про те, що лише Луганська та Донецька області й АР Крим характеризуються значною диференціацією частки проданих легкових автомобілів, що значною мірою викликано відсутністю доступу до повного обсягу статистичних даних за цими адміністративно-територіальними одиницями України за період 2014–2015 рр.

Дослідивши кількісні аспекти розвитку ринку продажу легкових автомобілів в Україні у регіональному перерізі, потрібно перейти до надання об'єкту дослідження якісної характеристики – виявлення тих брендів легковиків, що користувалися найбільшою популярністю серед вітчизняних автомобілістів у період 2010–2015 рр.

У табл. 2 автори представили структуру вітчизняного ринку продажу легкових автомобілів за брендами легковиків у досліджуваній період.

Таблиця 2

Структура вітчизняного ринку продажу легкових автомобілів за брендами легковиків за період 2010–2015 рр.

Бренди легкових автомобілів	Частка реалізованих легкових автомобілів даного бренду, %*					
	2010 рік	2011 рік	2012 рік	2013 рік	2014 рік	2015 рік
Vaz (Lada)	15,31	13,16	н/д	4,09	2,46	2,19
Zaz	9,16	9,24	н/д	8,97	7,82	6,23
Hyundai	8,52	10,32	12,00	8,24	5,51	5,81
Toyota	6,15	6,22	8,14	7,08	9,73	10,31
Chevrolet	5,42	5,23	5,07	2,41	1,49	2,98
Chery	5,26	2,18	н/д	0,94	1,12	1,51
Renault	5,25	5,41	7,99	5,29	5,71	9,03
Ford	4,82	4,91	6,10	4,75	4,68	5,60
Mitsubishi	4,79	3,53	2,85	2,47	2,10	1,68
Skoda	4,60	5,02	7,52	5,75	5,25	4,57
Kia	4,49	4,48	8,69	6,03	3,60	4,48
Nissan	3,42	4,50	6,65	5,41	4,55	5,69
Volkswagen	2,90	4,95	9,59	5,92	6,08	4,69
Geely	2,52	3,01	н/д	7,48	8,87	3,49
Honda	1,98	1,49	1,97	1,64	1,36	0,90
Daewoo	1,91	3,03	2,39	1,49	2,13	1,01
Mazda	1,60	0,82	0,91	1,30	2,28	4,77
Ssang Yong	1,57	1,25	1,59	1,61	1,50	1,00
Lexus	1,30	0,91	0,92	0,71	0,83	1,02
Subaru	1,08	0,66	0,60	0,77	1,14	1,03
Suzuki	1,08	0,83	0,89	0,89	1,29	2,59
Mercedes-Benz	1,02	0,81	1,62	1,53	1,77	2,53
інші бренди	5,85	8,04	14,51	15,23	18,73	16,89
РАЗОМ	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

* Розраховано за даними [9–14].

Як свідчать дані табл. 2, у досліджуваній період провідні позиції на вітчизняному ринку продажу легкових автомобілів посідали такі бренди легковиків: Hyundai (у середньому обсяг реалізації легковиків цього бренду становив 8,40% від загального обсягу реалізації легкових автомобілів в Україні у досліджуваній період), Zaz (8,28%), Toyota (7,94%), Vaz (Lada) (7,44%), Renault (6,45%), Volkswagen (5,69%), Skoda (5,45%), Kia (5,30%), Ford (5,14%), Geely (5,07%), Nissan (5,04%), Chevrolet (3,77%), Mitsubishi (2,90%), Chery (2,20%), Daewoo (1,99%), Mazda

(1,95 %), Honda (1,56 %), Mercedes-Benz (1,55 %), Ssang Yong (1,42 %), Suzuki (1,26 %), Lexus (0,95 %) і Subaru (0,88 %). При цьому за період 2010–2015 рр. посилили конкурентні позиції на ринку продажу легкових автомобілів такі бренди легковиків, як Toyota, Renault, Nissan, Volkswagen, Geely, Mazda, Suzuki і Mercedes-Benz, а послабили бренди легковиків Zaz, Vaz (Lada), Hyundai, Chevrolet, Chery, Mitsubishi, Honda, Daewoo, Ssang Yong, Lexus і Subaru. Зазнали неістотних змін у бік зменшення обсяги реалізації легкових автомобілів брендів Skoda і Kia.

Утім проаналізовані трансформаційні процеси на ринку продажу легкових автомобілів мали певні регіональні особливості у досліджуваній період. Зокрема, у 2010 р. 64,08 % від усіх реалізованих легковиків бренду Hyundai припадали на Київську область (25,36 %), Донецьку (13,70 %), Харківську (9,29 %), Дніпропетровську (8,78 %) і Одеську області (6,95 %). При цьому подібна тенденція зберігалася у досліджуваній період за усіма провідними брендами легкових автомобілів.

Перспективи подальших досліджень. Результати проведеного дослідження є інформаційною платформою для розроблення комплексу заходів з управління регіональними ринками продажу легкових автомобілів з метою врівноваження рівня їх розвитку. Розуміння регіональних особливостей розвитку вітчизняних ринків продажу легкових автомобілів у перспективі дасть змогу розробити напрямки вдосконалення асортиментної політики підприємств автомобілебудування в Україні, як необхідної передумови стабілізації та підвищення конкурентоспроможності національних автовиробників.

Висновки. Ринок продажу легкових автомобілів в Україні характеризується значною міжрегіональною диференціацією, коли більша частина реалізованих легковиків припадає лише на кілька областей. Найвищим рівнем розвитку характеризуються регіональні ринки продажу легкових автомобілів Київської, Донецької, Дніпропетровської, Луганської, Одеської, Запорізької, Харківської, Львівської областей та АР Крим, найнижчим рівнем розвитку – регіональні ринки Волинської, Житомирської, Івано-Франківської, Рівненської, Тернопільської та Чернівецької областей.

1. Закон України «Про автомобільний транспорт» (чинний у редакції від 28 грудня 2015 року) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2344-14>. – Заголовок з екрана. 2. Шевченко І. Ю. Автомобілізація населення як глобальна тенденція соціально-економічного розвитку країн світу / І. Ю. Шевченко // Економічний і соціальний розвиток України в XXI столітті: національна візія та виклики глобалізації: зб. тез доп. XIII Міжнар. наук.-практ. конф. молодих вчених, 24–25 березня 2016 року. – Тернопіль: ТНЕУ, 2016. – С. 43–45. 3. Шевченко І. Ю. Ключові чинники прийняття рішення про придбання легковика (на матеріалах провідних автосалонів) / І. Ю. Шевченко // *Materiały XI Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji «Kluczowe aspekty naukowej działalności – 2015» 7–15 stycznia 2015 roku. Ekonomiczne nauki. – Przemysł: Nauka i studia. – Vol. 2. – S. 25–31.* 4. Гуляєв І. О. Особливості функціонування вітчизняного ринку продажу легкових автомобілів преміум класу / І. О. Гуляєв // *Матер. VIII Міжнар. наук.-практ. конф. «Пріоритети розвитку національної економіки в контексті євроінтеграційних та глобальних викликів»: тези доп. Ч. 3. – Харків: ХНУБА, 2016. – С. 169–171.* 5. Мовчаренко В. В. Аналіз ринку легкових автомобілів України / В. В. Мовчаренко, В. В. Гливенко // *Науковий вісник ЧДІЕУ. Серія 1 “Економіка”. – 2010. – № 3 (11). – С. 176–179.* 6. Юринець О. В. Тенденції та перспективи розвитку автомобілебудівної галузі України у післякризовий період / О. В. Юринець, О. Я. Марущак // *Вісник Національного університету «Львівська політехніка» “Проблеми економіки та управління”. – 2013. – № 754. – С. 99–105.* 7. Боднарюк В. А. Тенденції та чинники розвитку ринку легкових автомобілів України / В. А. Боднарюк // *Вісник Хмельницького національного університету “Економічні науки”. – 2014. – № 3(3). – С. 222–224.* 8. Дима О. О. Ринок легкових автомобілів та перспективи його розвитку в Україні / О. О. Дима // *Вісник Львівської комерційної академії. Серія економічна. – 2014. – Вип. 46. – С. 44–49.* 9. Статистика-2010 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrautoprom.com.ua/statistika/statistika-2010>. – Заголовок з екрана. 10. Статистика – 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrautoprom.com.ua/statistika/statistika-2011>. – Заголовок з екрана. 11. Статистика-2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrautoprom.com.ua/statistika/statistika-2012>. – Заголовок з екрана. 12. Статистика – 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrautoprom.com.ua/statistika/statistika-2013>. – Заголовок з екрана. 13. Статистика-2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrautoprom.com.ua/statistika/statistika-2014>. – Заголовок з екрана. 14. Статистика-2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrautoprom.com.ua/statistika/statistika-2014-2>. – Заголовок з екрана.