Раскін В. Л.
НУ «Чернігівська політехніка»
аспірант

ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ РИНКУ АВТОЗАПЧАСТИН В УКРАЇНІ

Ринок автозапчастин є базисом для підтримки функціонування галузі автомобільного транспорту, успішне функціонування якого дозволяє підтримувати транспортну інфраструктуру, а також реалізувати технологічні досягнення в галузі. Забезпечення автомобільного парку якісними і доступними запчастинами дозволяє забезпечити безперервну експлуатацію транспорту, зниження рівня аварійності, а також підвищення ефективності вантажних і пасажирських перевезень.

У загальному вигляді ринок являє собою сукупність відносин економічного характеру, що виникають між суб'єктами ринку, які набувають ролей продавців та покупців у процесі обміну товарами та послугами. Ринок виступає у якості механізму, що регулює попит та пропозицію у конкретний період часу, сприяючи задоволенню потреб суб'єктів ринку, перш за все – покупців. Формування ринку є відправною точкою для формування конкурентного середовища, ефективного розподілення наявних ресурсів, задоволення суспільних потреб та покращення процесів взаємодії між учасниками ринкових процесів, тим самим сприяючи імплементації сформованої ринкової структури в існуючу економічну систему. У свою чергу, ринок автозапчастин можна розглядати як «складну соціально-економічну систему, де здійснюється створення, постачання, розподіл, використання та утилізація автозапчастин, а також економічні відносини між суб'єктами ринку, що спрямовані на передачу цінності та з метою забезпечення обміну товарами між продавцями та покупцями» [1, с.138]. Метою існування даного ринку є забезпечення власників автомобілів та автосервісів комплектуючими для ремонту, технічного обслуговування та підтримки роботи транспортних засобів шляхом зниження витрат на їхню експлуатацію, тим самим сприяючи підтримці функціонування вітчизняного автопарку.

Дослідження ринку автозапчастин потребує врахування історичних етапів становлення та розвитку даного ринку, оскільки це дозволяє врахувати не лише поточні тенденції функціонування, ідентифікувати напрями подальшого розвитку, а також визначити можливості для вдосконалення ринкових структур. Окрім того, ідентифікація етапів розвитку дозволяє визначити шляхи адаптації, яких потребує ринок для стійкого та сталого зростання в умовах змін та кризових збурень. У межах вітчизняного ринку автозапчастин варто виділити децентралізований (стихійний), мережевий та інтеграційний етапи формування [1].

Децентралізований (стихійний) етап розвитку ринку автозапчастин розпочався із набуттям незалежності України. Даний період являє собою початковий період становлення ринку, що характеризується хаотичністю взаємовідносин між учасниками процесу обміну, відсутністю правил, стандартів, які б регулювали виробництво, продаж та розповсюдження автозапчастин. Для даного етапу характерним є діяльність суб'єктів в межах правової невизначеності в наслідок обмеженості існуючої нормативної бази. У результаті в межах ринку можна було спостерігати істотну кількість контрабандного товару, а також неофіційних угод. Пропозиція на ринку була представлена великою кількістю дрібних торговців, між якими відсутня координація: як наслідок, процеси управління ланцюгами поставок характеризувалися відсутністю ефективності та оптимальності. Крім того, проблема контролю якості спричиняла розповсюдження великої кількості неякісних автозапчастин, що ускладнювало здатність покупців обрати товар, який би задовольняв їхні потреби. На додачу до цього, спостерігалася регіональна диспропорція розповсюдження автозапчастин, де в певних місцях спостерігається надлишок продукції, у той час як інші – переживають дефіцит продукції.

Даний етап став основою для переходу до централізованого етапу розвитку ринку автозапчастин, який дістав назву мережевого, та характеризується впорядкуванням пропозиції та попиту, створенню великих підприємств із високим рівнем розвитку інфраструктури, контролем якості та логістикою. На даному етапі підприємства починають розуміти необхідність ринкового мислення, де задоволення потреб покупців дозволяє сформувати подальші стратегічні кроки, підтримуючи зацікавленість продавців у збільшенні ширини та глибини асортименту автозапчастин. Для даного етапу також характерне формування мереж виробників, постачальників та продавців, що діють злагоджено в умовах підвищення ринкових вимог до якості, кількості та асортиментного різноманіття автозапчастин. Діяльність великих підприємств набуває домінуючого значення, у той час як невеликі підприємства, які не були здатні пристосуватися до нових вимог ринку, були змушені припинити власну діяльність або шукати шляхи альтернативного розвитку, наприклад, звуження асортименту чи перехід до вузькоспеціалізованих ринків. На даному етапі зростає важливість конкурентної боротьби, в межах якої підприємства починають виходити за рамки виключно цінової конкуренції, зміщуючи акценти на якість обслуговування покупців та доступність товару, а також пропозицію додаткових послуг, зокрема, консультації, можливості доставки товару, програм лояльності, можливості надавати гарантію на визначений термін.

Для сучасного ринку автозапчастин характерне поширення інтеграційного етапу, що характеризується високою структурованістю та зрілістю за рахунок посилення ендогенних та екзогенних взаємозв’язків між учасниками. Для даного етапу характерно не лише формування кооперaційних мереж, але й поглиблення глобалізаційних процесів, що сприяють інтеграції вітчизняної ринкової системи в міжнародний систему. Підприємства активно налагоджують економічні зв’язки на міжнародному рівні, отримуючи можливість розширення асортименту, кращих ціннісних пропозицій, здатності залучити інвестиційні ресурси у власний розвиток, а також впровадити нові стандарти якості та управління.

Продовження глобалізаційних процесів, а також євроінтеграційний напрямок розвитку вітчизняного ринку автозапчастин створює перед вітчизняними підприємствами низку завдань щодо адаптації до стандартів Європейського Союзу. Імплементація європейських норм сертифікації та стандартизації, що забезпечити довіри до вітчизняних підприємств, полегшить вихід на ринки ЄС та сприятиме залученню іноземних інвестицій. Окрім цього, розвиток інфраструктури, зокрема, вдосконалення логістичних та дистрибуційних мереж, відповідно до європейських вимог, дозволить знизити витрати на транспортування та поліпшити доступність автозапчастин для споживачів. Таким чином, активна євроінтеграція ринку автозапчастин України є необхідною умовою для підтримки сталого та стійкого розвитку на глобальному рівні.

Список використаних джерел

1. Раскін В. Л. Теоретичні засади формування й функціонування ринку автомобільних запчастин в умовах євроінтеграції. *Economic Synergy*. 2024. № 3. С. 135–148. URL: https://doi.org/10.53920/es-2024-3-9 (дата звернення: 13.11.2024).