

соответственно, планирования себестоимости проявляются в том, что при планировании производственной деятельности плановые величина и структура затрат значительно отличаются от фактических. Как правило, отпускная цена продукции оказывается ниже фактической себестоимости за отчетный период, рентабельность продукции становится отрицательной и предприятие не только не получает запланированной прибыли, но и несет убытки. В этой связи особую актуальность приобретает задача создания эффективной системы учета, планирования и управления затратами.

Очевидно, что создание комплексной модели управления промышленным предприятием, основанной на эффективной системе планирования затрат и позволяющей решать задачи управления на основе теории динамического программирования значительно повысят эффективность функционирования предприятий.

УДК 656.

## **СОСТОЯНИЕ РЫНКА НОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ. АНАЛИЗ СПРОСА**

*Хатянович Фёдор Валерьевич*

*Научный руководитель – д-р экон.наук, профессор Э.М.Гайнутдинов  
(Белорусский национальный технический университет)*

В статье даётся оценка состояния и прогноз динамики первичного рынка легковых и коммерческих автомобилей в Республике Беларусь в соответствии с основными тенденциями макро и микросреды, анализируется спрос на новые автомобили по сегментам.

Рынок новых автомобилей в 2006 году вырастет не менее чем на 20%, что в два раза больше чем в предыдущие годы. Такое мнение высказал директор ИП Международного автомобильного холдинга "Атлант-М Фарцойгхандель".

Увеличению продаж в первую очередь будет способствовать выравнивание таможенных ставок для юридических и физических лиц. Согласно исследованию Белорусской автомобильной ассоциации (БАА) выравнивание условий хозяйствования физических и юридических лиц на автомобильном рынке предопределило рост

поставок новых автомобилей уже в последнем квартале 2005 года. На IV квартал пришлось около 32% от общего количества поставок автомобилей.

В 2005 году емкость автомобильного рынка Беларуси составила около 4500 автомобилей. В общей сложности рынок легковых и коммерческих автомобилей вырос на 8%. Главной причиной замедления темпов роста поставок новых автомобилей стали слухи о повышении таможенных пошлин, ходившие на протяжении всего 2005 года. В результате многие юридические лица отложили обновление своего автопарка на конец 2005 – начало 2006 года.

Кроме того на емкость рынка оказывает влияние нестабильный курс евро. Непрерывные скачки курса евро в первой половине 2005 года отнюдь не способствовали росту рынка, а скорее были на руку компаниям, работающим в долларовой зоне.

В числе негативных факторов, повлиявших на состояние рынка новых автомобилей в республике, также называют увеличение кредитных ставок. Это снизило интерес к приобретению автомобилей в кредит. Средняя ставка кредитования сегодня варьируется в пределах 12-15% годовых, в то время как в 2004 году автомобиль можно было приобрести под 8-10% годовых. Эксперты считают, что законодательные изменения на автомобильном рынке отразятся и на его структуре. Если в предыдущие годы на долю юридических лиц приходилось около 40% продаж новых автомобилей, то в 2006 году их доля возрастет до 60%.

Характеризуя состояние рынка новых автомобилей по сегментам, следует отметить, что наиболее динамично развивались классы коммерческих автомобилей (Т5), малолитражек (А0), минивэнов (MPV), и "гольф-класс" (А). Обратная тенденция наблюдалась в снижении интереса к автомобилям класса 4WD (полноприводные), а также сужении сегмента легких коммерческих фургонов (CDV) и среднего класса (В).

По информации БАА, "абсолютной неожиданность 2005 года" стал рост класса "А0", который в общей сложности вырос на 36% по сравнению с 2004 годом. Основной причиной данного роста стало появление на рынке автомобилей так называемого бюджетного класса, стоимость которых варьируется в пределах \$10 тыс. Среди них были названы Hyundai Getz, Dacia Logan, Volkswagen Gol и Volkswagen Polo.

Продажи автомобилей класса "А" в минувшем году выросли в два раза. Рост был связан в первую очередь с качественным изменением целевой аудитории данного класса : автомобили класса "А" стали пользоваться повышенным спросом у представительниц слабого пола. При этом конкуренция в этом сегменте остается одной из самых жестких, так как в данном классе представлено свыше 30 различных моделей. Лидерами данного сегмента в 2005 году стали Skoda Octavia (18,3%), Mazda 3(14,4%).

Специалисты констатируют замедление темпов роста продаж (ранее самого большого) класса автомобилей "В". В 2005 году класс "В" уступил первенство не только внедорожникам, но и автомобилям "гольф-класса". Причиной этого стал статус автомобилей класса "В", которые в большинстве случаев используются в качестве корпоративных. Низкий интерес к автомобилям данного класса был предопределен тем, что выравнивание таможенных пошлин для физических и юридических лиц состоялось только в ноябре. По объемам продаж в данном сегменте лидировали Volkswagen Passat (15,6%), Mazda 6 (10%) и Toyota Avensis (8,9%).

Класс "С" в 2005 году вырос незначительно. В нем по-прежнему лидирует Toyota Camry (35,8% продаж). Наблюдался рост продаж Audi А6 (26,2%) вследствие агрессивной рекламной политики дилера марки.

Объем продаж автомобилей класса "D" сократился в минувшем году на 16,7% по сравнению с 2004 годом. В сегменте по-прежнему продолжают лидировать Mercedes-Benz S (37,5%), Audi А8 (25,0%) и BMW7 (22,5%).

Темпы роста замедлил и ранее самый динамично развивающийся класс автомобилей "4WD". Это, по мнению экспертов, свидетельствует о насыщении рынка. Вместе с тем, они обратили внимание на активизацию корейских производителей. Позиции на рынке укрепили внедорожники Hyundai Tucson, Hyundai Santa-Fe. Наибольшие объемы продаж в данном сегменте пришлось на Toyota Land Cruiser (13,1%), Toyota RAV-4 (7,5%).