

О.А. ПИСЬМЕННИЙ, к.е.н., доц.
Донецький національний технічний університет

ДИНАМІКА І ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ АВТОМОБІЛЬНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Досліджено динаміку і тенденції розвитку автомобільного ринку України. Проаналізовано динаміку структури ринку автомобілів за брендами. Визначені фактори, що впливають на обсяги продажів та причини зниження конкурентоспроможності вітчизняних автовиробників.

Ключові слова: ринок, легкові автомобілі, обсяг продажів, балансовий метод, структура ринку, автомобілебудування.

Настання світової фінансової кризи значним чином вплинуло на економіку України. Впливу зазнали всі ринки товарів тривалого користування, на яких відбулося значне скорочення обсягу продажів, при відповідному загостренні конкурентної боротьби.

Завдяки поширенню глобалізаційних процесів транснаціональні корпорації, маючи великий досвід конкурентної боротьби, займають все стійкіші конкурентні позиції на багатьох ринках товарів тривалого користування. У зв'язку з цим для підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств необхідним є чітке усвідомлення факторів, що впливають на кон'юнктуру ринку. Тому дослідження стану і тенденцій розвитку цих ринків, аналіз факторів, що впливають на їх розвиток, є актуальними і мають як теоретичне, так і практичне значення.

Дослідження зазначеної проблеми виконано автором на прикладі ринку легкових автомобілів України, де наслідки кризи були особливо відчутними. Автомобілебудівна галузь є своєрідним лакмусовим папірцем розвитку національної економіки. Її стан та динаміка розвитку дозволяє аналізувати подальші тенденції розвитку національної економіки в цілому.

Різні аспекти зміцнення конкурентних позицій вітчизняних підприємств на споживчих ринках активно розглядаються в науковій літературі. Передусім слід відзначити праці науковців, що досліджували

автомобільний ринок України: Ш. Бека [1], В.А. Кишуна [2], О.Г. Кривоконь, А.І. Бондаренка [3,4], Т.Ю. Ладуби [5], В.В. Мовчаренко [6], Л.А. Мороз [7], М.П. Сокол [8], Н.В. Фігуна [9] та ін.

Водночас слід зазначити, що специфіка споживчих ринків різних типів викликає необхідність детальнішого дослідження ситуацій, що склалися на них під впливом кризових явищ в економіці України, для подальшого обґрунтування напрямів підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

Метою статті є дослідження стану, динаміки і тенденцій розвитку первинного автомобільного ринку України для визначення факторів, що впливають на його розвиток.

При аналізі ринку легкових автомобілів не розглядався вторинний ринок автомобілів, тому що метою аналізу є виявлення особливостей первинного ринку і його динаміки. При цьому слід зазначити, що величина вторинного ринку значна, однак його величина залишається практично незмінною при незначному рівні експорту й імпорту старих автомобілів за останні роки й тому, що більша частина перепродажів відбувається усередині сегмента домогосподарств.

Український автомобільний ринок, який динамічно розвивався упродовж 2001-2008 рр., зазнав нищівного впливу економічної кризи у листопаді 2008 р. та дотепер так і не відновив своєї ємності. Найбільш точним методом визначення обсягу споживчого ринку автомобілів є метод на основі кількості зареєстрованих нових автомобілів за даними ДАІ за певний період часу. При цьому він дозволяє дослідити мінімальний обсяг ринку автомобілів, тобто реальний ринок не може бути нижчим за дані, отримані при розрахунку обсягів ринку цим методом. Динаміка обсягу

© О.А. Письменний, 2013

ринку нових автомобілів в натуральному вираженні та індекси зростання у порівнянні до 2005 р. наведені у рис. 1.

Як видно з рисунку, у 2009 р. порівняно з докризовим періодом обсяги реалізації автомобілів скоротилися майже у 3,5 рази і склали 175,2 тис. одиниць. Основними чинниками, що викликали таке становище, стали такі:

1. Автомобілі є високо еластичними товарами, тому різке падіння купівельної

спроможності домогосподарств наприкінці 2008 р. внаслідок знецінення національної валюти більше ніж на 40% спричинило значне скорочення обсягів реалізації.

2. Згорання програм автомобільного кредитування, завдяки якому обсяг ринку зменшився не менше ніж на 50% від рівня 2008 р. (у докризовий період у кредит реалізовувалося більше половини автомобілів).

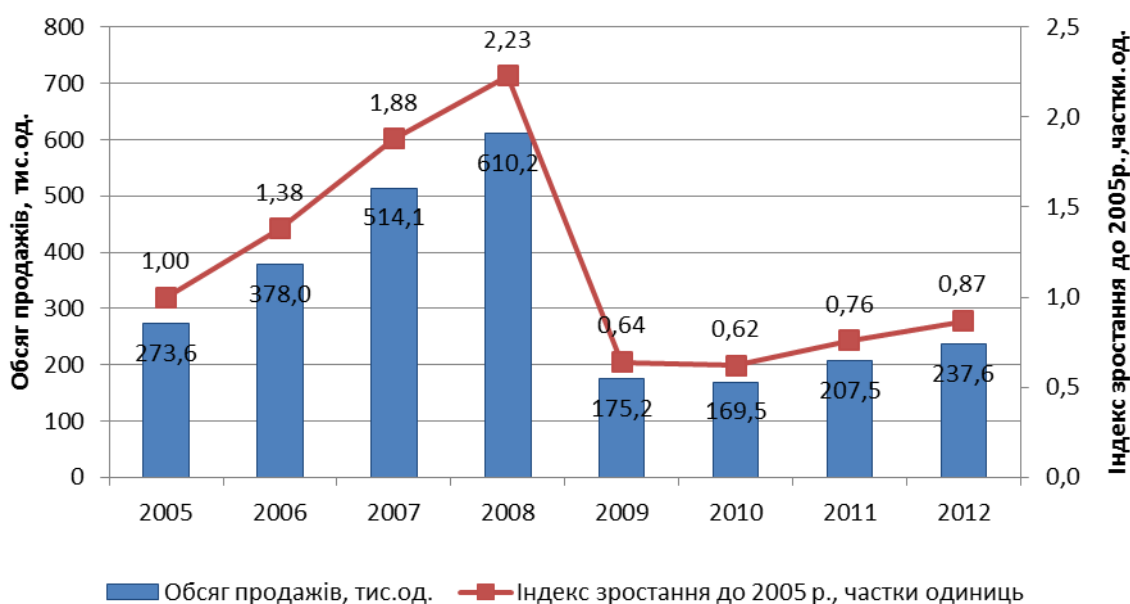


Рис. 1. Динаміка обсягу продажів нових легкових автомобілів на українському ринку в 2005-2012 рр. [11]

3. Істотним негативним фактором, що впливає на український ринок, є політична нестабільність і періодична зміна правил гри. Так, у березні 2009 р. до існуючого мита на ввезення нових автомобілів у 10% Законом № 3379 «Про внесення змін до деяких законів України з метою поліпшення стану платіжного балансу України у зв'язку із світовою фінансовою кризою» було введено додатковий митний збір у розмірі 13% на автомобілі, вантажівки і автобуси, що разом із ставкою ПДВ збільшило ціну автомобілів в середньому на 15,6%. Зазначений митний збір діяв упродовж шести місяців та негативно вплинув на обсяги продажів автомобілів у 2009 р.

Під впливом перших двох факторів у 2010 р. відбувалася стагнація ринку, обсяг продажів склав 169,5 тис. одиниць. Ситуа-

ція на автомобільному ринку почала покращуватись лише у 2011 р. Цього року на ринку було реалізовано 207,5 тис. одиниць нових легкових автомобілів, що на 22,4% більше, ніж у 2010 р. [11]. Основною причиною цього стало часткове відновлення автокредитування, що дозволило задовольнити відкладений попит, та призвело до збільшення обсягів реалізації продукції.

У 2012 р. авторинок України продовжував повільне зростання і досяг рівня обсягу 237,6 тисяч автомобілів, що на 14,5% більше рівня 2011 р. Основними чинниками, що вплинули на зростання реалізації нових автомобілів у 2012 р. була ініціатива вітчизняних виробників щодо підвищення ввізного мита на імпортні машини та політична нестабільність внаслідок виборів у Верховну Раду, яка приско-

рила процес задоволення відкладеного попиту частиною споживачів.

Таким чином, попри всі намагання влади, маркетингові дії автовиробників та імпортерів обсяги продажів 2012 р. сягнули лише 39% докризового рівня продажів у натуральному вираженні. Така тенденція свідчить про продовження стагнації та високу вірогідність погіршення ситуації на ринку. Основною причиною такого становища є подальше зниження купівельної спроможності домогосподарств, падіння промислового виробництва у другій половині 2012 та на початку 2013 рр.

Дослідивши динаміку обсягу продажів легкових автомобілів, окремо варто розглянути певні зміни у структурі попиту, які намітились за останні роки. Для вирішення цього завдання було використано

балансовий метод.

Балансовим методом обсяг ринку автомобілів у натуральному вираженні визначається за наступною формулою:

$$Q = B + I - E \pm \Delta Z, \quad (1)$$

де B – виробництво автомобілів усередині країни, шт.;

I – імпорт автомобілів, шт.;

E – експорт автомобілів, шт.;

ΔZ – зміна залишків на складі на кінець і початок року, шт.

Оцінку величини залишків автомобілів у операторів ринку (ΔZ), здійснено на основі обсягу первинної реєстрації в ДАІ. Результати аналізу ринку наведені у табл. 1.

Таблиця 1

Обсяг ринку автомобілів, визначений балансовим методом, тис.од. [8, 11, 12]

Показник	Рік							
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Виробництво	192,0	267,5	380,0	401,6	65,7	75,3	97,5	69,7
Експорт	7,5	38,9	68,6	73,3	18,1	32,7	39,9	26,9
Імпорт	106,0	178,9	259,6	371,0	61,3	106,7	189,9	205,0
Зміна залишків на складах та автомобілі, які не пройшли процедуру реєстрації	16,9	29,5	56,9	89,1	-66,3	-20,3	40,1	10,1
Обсяг продажів	273,6	378,0	514,1	610,2	175,2	169,5	207,5	237,6

На основі аналізу обсягу ринку автомобілів балансовим методом визначена

структура попиту в натуральному вираженні, динаміка якої наведена на рис. 2.

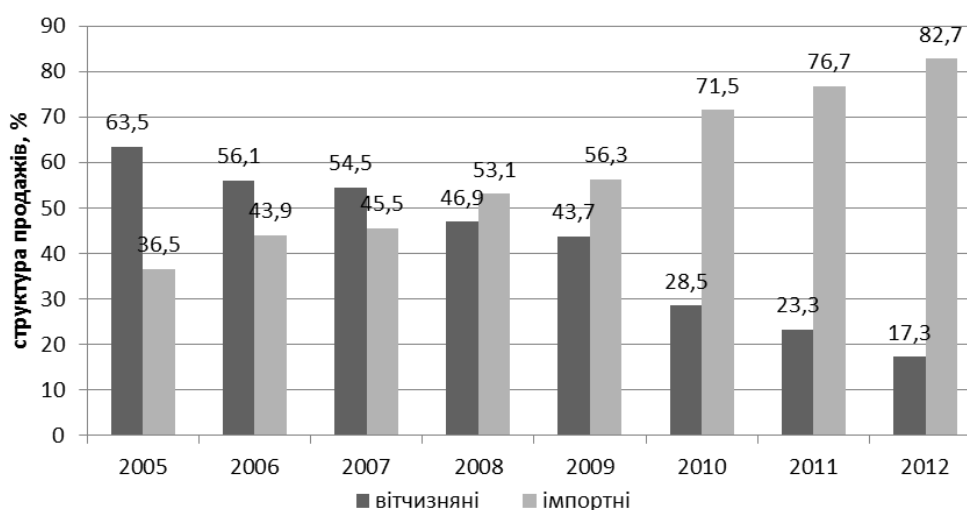


Рис. 2. Динаміка структури продажів легкових автомобілів у 2005-2012 рр. (розраховано на основі даних [12])

З наведеного рисунку видно, що структура ринку перерозподіляється у бік збільшення частки імпорتنих моделей при відповідному зменшенні частки вітчизняних виробників (з 63,5% у 2005 р. до 17,3% у 2012 р.). Таке становище свідчить про зниження конкурентоспроможності вітчизняного автопрому в цілому та небажання або неспроможність адаптуватися до сьогоденних вимог споживачів. Причому, навіть настання кризи у 2008 р., яка супроводжувалася зниженням рівня доходів домогосподарств, не змінило цієї тенденції. Хоча варто було б очікувати збільшення частки вітчизняних виробників, завдяки нижчій ціні вітчизняних автомобілів та меншому подорожчанню у порівнянні з імпортними моделями. Також можна припустити, що на даний час ціновий фактор

не є визначальним при виборі автомобіля. Слід зазначити, що така тенденція зберігається і для інших товарів тривалого користування, наприклад, холодильників. Таким чином, зазначений напрям розвитку ринку свідчить про трансформацію споживчих уподобань у бік більш сучасних, якісних, надійних та комфортних моделей, якими в більшості є імпортні моделі. Інакше кажучи, споживачі ладні відмовитися від придбання автомобіля ніж купувати вітчизняну бюджетну модель нижчої якості.

Цю гіпотезу також підтверджує аналіз структури ринку за брендами. У табл. 2 та рис. 3 наведено дані про зміни обсягів реалізації десяти лідерів ринку легкових автомобілів у 2012 р. порівняно з 2011 та 2010 рр.

Таблиця 2
Обсяги реалізації нових легкових автомобілів за марками у 2010-2012 рр. [13]

№ п/п	Марка	2010 р.	2011 р.	2012 р.	Зміни 2012 р. до 2011 р., +/- %
1	HYUNDAI	14 643	21 829	22 868	4,76
2	BAZ	25 908	28 436	19 718	-30,66
3	ЗАЗ	14 966	19 529	18 124	-7,19
4	KIA	7 445	9 307	16 111	73,11
5	VOLKSWAGEN	5 013	10 099	15 786	56,31
6	TOYOTA	10 685	12 906	15 710	21,73
7	SKODA	7 916	10 596	13 948	31,63
8	RENAULT	8 157	11 478	13 567	18,20
9	NISSAN	5 778	9 245	12 609	36,39
10	GEELY	4 249	6 449	12 099	87,61

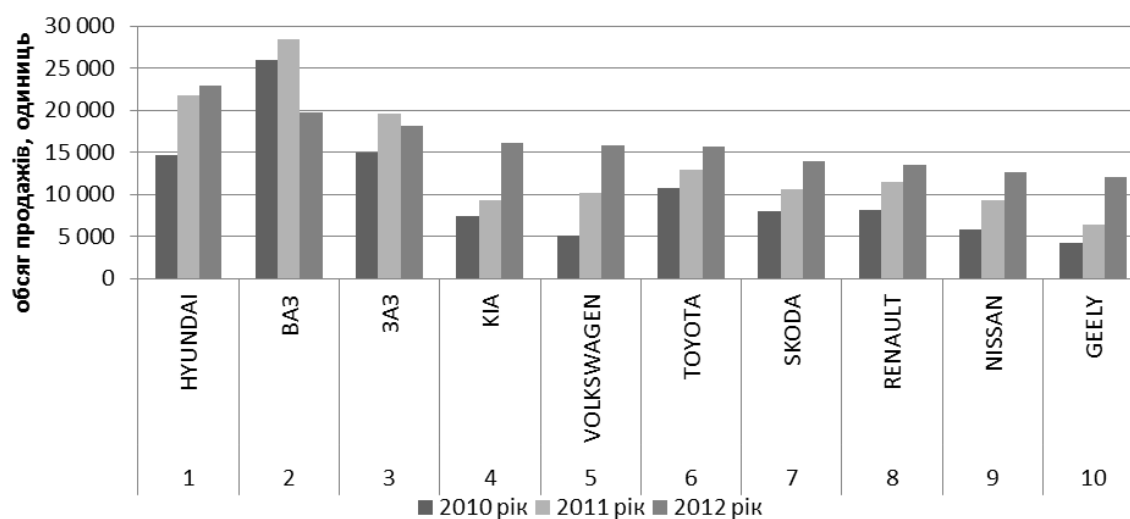


Рис. 3. Обсяги реалізації нових легкових автомобілів за марками у 2010-2012 рр. [13]

<http://www.donntu.edu.ua/> «Библиотека»/ «Информационные ресурсы»

<http://www.instud.org>, http://www.nbuy.gov.ua/portal/soc_gum/Npdntu_ekon/

Завдяки глобалізації сьогодні на вітчизняному ринку широко представлена продукція практично всіх провідних світових виробників. Світові автовиробники розглядають український ринок як надзвичайно привабливий, з огляду на досягнуті обсяги продажу і темпи приросту в докризовий період, а також потенціал зростання ринку.

Попри те, що у 2012 р. кількість проданих автомобілів переважної більшості торгових марок збільшилась, частка деяких брендів у загальному обсязі реалізації зменшилась за рахунок зміцнення позицій автомобілів інших марок. Передусім ці зміни торкнулись автомобілів марки ВАЗ, які протягом усіх років існування незалежної України були беззаперечним лідером на вітчизняному ринку, однак, як видно з таблиці, у 2012 р. російський виробник «АвтоВАЗ», частка якого на ринку протягом 2004-2012 рр. знизилася у 3,5 рази (відповідно з 29% до 8,3%), втратив першу сходинку. Причому обсяг продажів АвтоВАЗу за останній рік скоротився на 30,66%, що є найгіршим показником у 2012 р.

Новим лідером українського ринку стала корейська компанія Hyundai з показником 22868 одиниць у 2012 р., якій це вдалося за рахунок оптимального поєднання фактору ціни та якості автомобілів (частка компанії зросла до 9,6%).

Третє місце на ринку автомобілів у 2012 р. із часткою 7,6% посідає вітчизняний ЗАЗ, продажі якого скоротилися на 7,2% порівняно з 2011 р. Причому падіння вітчизняного виробника сталося попри виведення на ринок у 2011 р. спільної китайсько-української моделі ZAZ Forza та запуск у виробництво моделі ZAZ Vida (аналог Chevrolet Aveo передостанньої модифікації) у 2012 р.

Інші представники першої десятки останні три роки нарощують обсяги продажів, причому найбільш суттєво за останній рік – Kia (на 73,11%), Volkswagen (на 56,31%) та GEELY (на 87,61%). Таким чином, більшість іноземних виробників наростила свою частку на українському ринку

та зміцнило конкурентні позиції за рахунок падіння обсягу продажів АвтоВАЗу та ЗАЗу.

Таким чином, проведений аналіз дозволяє стверджувати, що на ринку легкових автомобілів панують імпортні виробники, причому така тенденція зберігатиметься і в майбутньому. Продажі вітчизняних виробників будуть скорочуватися і надалі з наступних причин:

- продукція вітчизняних автовиробників не відповідає потребам ринку за якістю виробництва, надійністю, сучасністю, технологічністю;

- вітчизняні виробники не мають сучасних технологічних ліній та технологій виробництва та націлені лише на виготовлення дешевих та технічно застарілих моделей автомобілів;

- не відбувається технічного та технологічного оновлення виробництва завдяки відсутності стимулювання реінвестицій у автомобільну галузь;

- нормативно-правове середовище не сприяє розвитку виробництва всередині країни, а стимулює збільшення частки імпорту в наповненні внутрішнього ринку;

- нестабільне політичне середовище в країні негативно впливає на інвестиційну привабливість економіки та автомобільної галузі зокрема.

На сьогодні Україна не інтегрована в світову автомобільну промисловість, і на її території відсутні сучасні виробництва провідних світових компаній. В період зростання ринку (2000-2008 рр.) в Україні не було створене сучасне виробництво автомобілів та автокомплектуючих, а держава не стимулювала залучення в цей процес провідних світових виробників.

Одним з єдиних напрямів збереження вітчизняного автомобілебудування є організація нових сучасних виробництв спільно з світовими лідерами ринку, або створення відповідних умов для локалізації виробництва в Україні. Для реалізації цього завдання необхідно створення відповідного нормативно-правового середовища, яке сприятиме розвитку виробництва всередині країни.

Для української автомобілебудівної

галузі основну конкуренцію формують автовиробники Росії, Китаю, Туреччини, Румунії, Узбекистану, які розвиваються як виробничі майданчики провідних світових автовиробників.

Порівняємо нормативно-правове середовище функціонування української автомобілебудівної галузі та основних країнах-конкурентах в яких реалізована ця стратегія (табл. 3).

Таблиця 3

Порівняння нормативно-правового середовища функціонування автопрому в Україні та основних країнах-конкурентах [14]

Показник	Країна				
	Україна	Росія	Китай	Туреччина	Узбекистан
Ввізне мито на нові автомобілі, %	10	25	30 (в період становлення галузі – до 200%)	65 (в період становлення галузі – до 150%)	30 + від 1,5 до 3\$ на 1 см ³
Ввізне мито на імпорт обладнання автопрому, %	3-5	0	0	0	0
Податок на додану вартість на імпорт обладнання, %	20	0	0	0	0
Податок на прибуток, %	21	0 (на прибуток, що реінвестується у виробництво)	0 (на прибуток, що реінвестується у виробництво)	0 (на прибуток, що реінвестується у виробництво)	0 (на прибуток, що реінвестується у виробництво)

Таким чином, з наведеної таблиці видно, що переважна частина заходів, що сприятимуть покращенню конкурентоспроможності вітчизняних автовиробників та розвитку ринку в цілому, стосується нормативно-правового середовища, загального політичного клімату в державі, стабільності законодавства. Отже, позиція держави є вирішальною для реалізації проекту розвитку вітчизняної автомобілебудівної галузі.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Дослідження українського ринку легкових автомобілів, який динамічно розвивався у 2001-2008 рр., показало, що вплив економічної кризи призвів до падіння обсягів реалізації продукції у 2009 р. більш ніж в три рази. З 2009 по 2012 рр. ринок поступово відновлюється, але основним чинником, що стримує його розвиток є зниження доходів домогосподарств та стагнація економіки України в цілому.

В період з 2005-2012 рр. відбулася

трансформація споживчих уподобань у бік більш сучасних, якісних, надійних та комфортних моделей, якими в більшості є імпортні автомобілі. Таку тенденцію підтверджує значне скорочення частки вітчизняних автовиробників на внутрішньому ринку.

Розвиток вітчизняної автомобілебудівної галузі залежатиме від створення відповідного нормативно-правового середовища, яке сприятиме розвитку виробництва всередині країни.

Література

1. Бек Ш. Авто настрой / Шавкат Бек // Бизнес. – 2012. – №5. – С.136-138.
2. Кищун В.А. Виробництво легкових автомобілів: світові та вітчизняні тенденції / В.А. Кищун // Луцький національний технічний університет: зб. наук. праць. Електронне наукове видання. – 2003. – № 13. – С. 137-145.
3. Кривоконь О.Г. Передумови та пер-

спективи розвитку автомобілебудівної галузі в Україні / О.Г. Кривоконь, А.І. Бондаренко // Восточно-Европейский журнал передовых технологий. – 2011. – № 6/2 (54). – С. 46-50.

4. Кривоконь О.Г. Конкуренентоздатність та ключові проблеми в галузі легкого автомобілебудування України / О.Г. Кривоконь, А.І. Бондаренко // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». Збірник наукових праць. Тематичний випуск: Транспортне машинобудування. – Харків: НТУ «ХП». – 2012. – №19. – С. 22-30.

5. Ладуба Т.Ю. Інтернаціоналізація автомобільної промисловості в умовах зростання національних економік / Т.Ю. Ладуба // Міжнародна економічна політика Науковий журнал. – К.: КНЕУ. – 2011. – № 12-13. – С. 184-209.

6. Мовчаренко В.В. Аналіз ринку легкових автомобілів України / В.В. Мовчаренко, В.В. Гливенко // Науковий вісник ЧДІЕУ. Серія 1: Економіка: збірник наукових праць. – Чернігів: ЧДІЕУ, 2011. – №3(11). – С. 176-179.

7. Мороз Л.А. Тенденції розвитку українського автомобільного ринку і маркетингова комунікаційна політика його учасників / Л.А. Мороз // Логістика: [збірник наукових праць] / відповідальний редактор Є.В. Крикавський. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. – С. 154-159.

8. Сокол М.П. Авторинок України: Прогноз на 2012 р. / М.П. Сокол // Маркетинг в Україні. – 2011. – №5-6. – С. 34-38.

9. Фігун Н.В. Вплив світової економічної кризи на автомобільний ринок та споживчі очікування / Н.В. Фігун // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 6. – Т. 4. – С.300-306.

10. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

11. International Organization of Motor Vehicle Manufacturers [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://oica.net/wp-content/uploads/pc_sales_2005-2012.pdf.

12. В 2012 году импорт легковых авто в Украину превысил 3 млрд. дол. США. [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://ukrautoprom.com.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=1026&Itemid=1&lang=ru.

13. Продажі нових легкових автомобілів в Україні за марками [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://ukrautoprom.com.ua/index.php?option=com_docman&task=doc_download&gid=171&Itemid=79.

14. Васадзе Т. Проблемы и перспективы автомобильной промышленности Украины / Т. Васадзе [Електронний ресурс]. – Режим доступа: http://ukrautoprom.com.ua/index2.php?option=com_docman&task=doc_view&gid=167&Itemid=79.

Стаття надійшла до редакції 11.04.2013