

ШЕВЧЕНКО

Інна Юрїївна
shevchenko.khnadu@gmail.com

УДК 339.3

МЕТОДИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ
ІДЕНТИФІКАЦІЇ РЕГІОНАЛЬНИХ ЗОН
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ЛЕГКОВИХ АВТОМОБІЛІВ (НА ПРИКЛАДІ
МОДЕЛЬНОГО РЯДУ ЛЕГКОВИКІВ
ВИРОБНИЦТВА ПАТ "ЗАПОРІЗЬКИЙ
АВТОМОБІЛЬНИЙ ЗАВОД")

к.е.н., доцент, Харківський
національний автомобільно-
дорожній університет

METHODICAL AND APPLIED ASPECTS OF
IDENTIFICATION OF THE REGIONAL
ZONES OF THE COMPETITIVENESS OF
CARS (FOR EXAMPLE OF THE MODEL
RANGE OF CARS MANUFACTURED BY PJSC
"ZAPORIZHIA AUTOMOBILE PLANT")

ГУЛЯЄВ

Іван Олександрович

здобувач, Харківський
національний автомобільно-
дорожній університет

У статті ідентифіковано регіональні зони високої, середньої та низької конкурентоспроможності легкових автомобілів виробництва ПАТ «Запорізький автомобільний завод» – моделей Forza, Lanos, Lanos pick-up, Sens i Vida.

В статье идентифицированы региональные зоны высокой, средней и низкой конкурентоспособности легковых автомобилей производства ОАО «Запорожский автомобильный завод» – моделей Forza, Lanos, Lanos pick-up, Sens и Vida.

The article identifies the regional zones of high, average and low competitiveness of the passenger cars produced by PJSC «Zaporizhia Automobile Plant» – models Forza, Lanos, Lanos pick-up, Sens and Vida.

Ключові слова: конкурентоспроможність, легковий автомобіль, модельний ряд, регіональна зона

Ключевые слова: конкурентоспособность, легковой автомобиль, модельный ряд, региональная зона

Keywords: competitiveness, car, model range, regional zone

ВСТУП

Ринок продажу легкових автомобілів є надзвичайно перспективним об'єктом дослідження, адже тенденції його розвитку значною мірою характеризують соціально-економічний розвиток держави й, у першу чергу, рівень матеріального забезпечення населення. Крім того, як свідчать статистичні дані інформаційно-аналітичної групи «Автоконсалтинг» [1] і Асоціації автовиробників України «Укравтопром» [2], лівова частка проданих автомобілів в Україні є легковими, тобто ринок продажу легкових автомобілів із впевненістю можна назвати основою національного ринку продажу автомобілів. Зазначена теза знайшла закономірне відображення на загальнодержавному рівні: так, у Концепції Державної цільової економічної програми розвитку легкового автомобілебудування на період до 2020 р. [3] вказується на особливу важливість забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств легкового автомобілебудування на національному ринку продажу легкових. На жаль, у вказаному нормативно-правовому акті жодним чином не був врахований регіональний аспект диференціації розвитку національного ринку продажу легкових автомобілів, яка, як свідчать результати попередніх досліджень авторів [4-6], є значною.

У таких умовах актуалізується необхідність дослідження конкурентоспроможності вітчизняних легкових саме на регіональних ринках продажу легкових автомобілів.

МЕТА РОБОТИ полягає в ідентифікації регіональних зон конкурентоспроможності легкових автомобілів.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

При проведенні дослідження використано загальнонаукові та спеціальні методи, зокрема, метод аналізу та синтезу, метод індукції та дедукції, системний підхід, порівняльний аналіз, контент-аналіз.

РЕЗУЛЬТАТИ

Станом на грудень 2017 р. виробництво легкових автомобілів в Україні здійснюється такими підприємствами як ПАТ «Запорізький автомобільний завод» (ПАТ «ЗАЗ») і ПрАТ «Єврокар».

При цьому випуск вітчизняної у класичному розумінні цього слова автомобілебудівної продукції здійснюється лише ПАТ «ЗАЗ»: так, нині ПрАТ «Єврокар» провадить автоскладальну діяльність, забезпечуючи збірку легкових брендів Scoda [7].

ПАТ «ЗАЗ» здійснює виробництво таких легкових: Forza, Lanos, Lanos pick-up, Sens i Vida [8].

Дослідимо конкурентні позиції зазначених легкових на національному ринку легкових автомобілів у регіональному розрізі.

Таблиця 1

Частки реалізованих легковиків виробництва ПАТ «ЗАЗ» на регіональних ринках України у 2016 р., %
[розраховано авторами за даними [1-2]] *

| Регіони | від загальної кількості усіх легковиків | | | | | від загальної кількості легковиків бренду | | | | |
|---------|---|-------|---------------|------|------|---|-------|---------------|-------|-------|
| | Forza | Lanos | Lanos pick-up | Sens | Vida | Forza | Lanos | Lanos pick-up | Sens | Vida |
| 1 | 0,37 | 1,87 | 0,30 | 2,77 | 0,97 | 3,91 | 2,23 | 1,96 | 3,25 | 2,57 |
| 2 | 0,34 | 4,43 | 0,17 | 2,90 | 0,34 | 1,56 | 2,32 | 0,49 | 1,49 | 0,40 |
| 3 | 0,40 | 2,40 | 0,20 | 4,01 | 2,00 | 1,56 | 1,07 | 0,49 | 1,76 | 1,98 |
| 4 | 0,34 | 2,28 | 0,61 | 2,28 | 0,74 | 10,16 | 7,67 | 11,27 | 7,55 | 5,54 |
| 5 | 0,35 | 2,13 | 0,28 | 2,06 | 0,92 | 3,91 | 2,68 | 1,96 | 2,55 | 2,57 |
| 6 | 0,49 | 2,33 | 0,24 | 3,92 | 0,12 | 3,13 | 1,69 | 0,98 | 2,81 | 0,20 |
| 7 | 0,53 | 3,06 | 1,60 | 2,53 | 0,66 | 3,13 | 2,05 | 5,88 | 1,67 | 0,99 |
| 8 | 0,52 | 4,63 | 0,36 | 3,43 | 1,20 | 7,81 | 7,94 | 3,43 | 5,79 | 4,55 |
| 9 | 0,29 | 1,74 | 0,29 | 1,45 | 0,29 | 1,56 | 1,07 | 0,98 | 0,88 | 0,40 |
| 10 | 0,09 | 1,40 | 0,46 | 0,81 | 0,64 | 10,16 | 18,91 | 34,31 | 10,71 | 19,21 |
| 11 | 0,27 | 3,51 | 0,45 | 2,68 | 1,10 | 6,25 | 9,10 | 6,37 | 6,85 | 6,34 |
| 12 | 1,13 | 1,98 | 0,47 | 2,92 | 4,52 | 9,38 | 1,87 | 2,45 | 2,72 | 9,50 |
| 13 | 0,17 | 1,97 | 0,09 | 2,10 | 1,54 | 3,13 | 4,10 | 0,98 | 4,30 | 7,13 |
| 14 | 0,23 | 3,18 | 0,38 | 3,86 | 0,45 | 2,34 | 3,75 | 2,45 | 4,48 | 1,19 |
| 15 | 0,03 | 1,12 | 0,11 | 1,12 | 0,74 | 0,78 | 3,66 | 1,96 | 3,60 | 5,35 |
| 16 | 0,38 | 2,07 | 0,56 | 3,95 | 1,13 | 4,69 | 2,94 | 4,41 | 5,53 | 3,56 |
| 17 | 0,14 | 6,66 | 0,28 | 2,22 | 1,11 | 0,78 | 4,28 | 0,98 | 1,40 | 1,58 |
| 18 | 0,67 | 3,84 | 0,48 | 5,19 | 2,21 | 5,47 | 3,57 | 2,45 | 4,74 | 4,55 |
| 19 | 0,55 | 2,03 | 0,37 | 3,14 | 1,85 | 2,34 | 0,98 | 0,98 | 1,49 | 1,98 |
| 20 | 0,12 | 2,12 | 0,39 | 3,25 | 0,84 | 3,91 | 7,67 | 7,84 | 11,59 | 6,73 |
| 21 | 0,16 | 1,25 | 0,39 | 2,02 | 0,62 | 1,56 | 1,43 | 2,45 | 2,28 | 1,58 |
| 22 | 0,40 | 3,21 | 0,30 | 3,31 | 1,50 | 3,13 | 2,85 | 1,47 | 2,90 | 2,97 |
| 23 | 0,49 | 2,99 | 0,24 | 4,85 | 2,10 | 4,69 | 3,30 | 1,47 | 5,27 | 5,15 |
| 24 | 0,40 | 3,23 | 0,13 | 5,65 | 2,02 | 2,34 | 2,14 | 0,49 | 3,69 | 2,97 |
| 25 | 0,60 | 1,59 | 0,60 | 1,59 | 1,00 | 2,34 | 0,71 | 1,47 | 0,70 | 0,99 |

* де у табл. 1: 1 – Вінницька область, 2 – Волинська область, 3 – Луганська область, 4 – Дніпропетровська область, 5 – Донецька область, 6 – Житомирська область, 7 – Закарпатська область, 8 – Запорізька область, 9 – Івано-Франківська область, 10 – м. Київ, 11 – Київська область, 12 – Кіровоградська область, 13 – Львівська область, 14 – Миколаївська область, 15 – Одеська область, 16 – Полтавська область, 17 – Рівненська область, 18 – Сумська область, 19 – Тернопільська область, 20 – Харківська область, 21 – Херсонська область, 22 – Хмельницька область, 23 – Черкаська область, 24 – Чернігівська область, 25 – Чернівецька область.

На підставі даних табл. 1 складемо матриці конкурентоспроможності легкових автомобілів виробництва ПАТ «ЗАЗ» на регіональних ринках продажу легкових автомобілів в Україні у 2016 р. (рис. 1-5, де світлим сірим кольором виділено зони високої конкурентоспроможності, сірим кольором – зони серед-

ньої конкурентоспроможності, темним сірим кольором – зони низької конкурентоспроможності).

За даними рис. 1-5 здійснено контент-аналіз з метою ідентифікації регіональної конкурентоспроможності легковиків ПАТ «ЗАЗ» (табл. 2).

| Частка реалізованих легковиків від загальної кількості легковиків | $ЧРЛ > \overline{ЧРЛ}$ | 19, 25 | 6, 7, 23 | 8, 12, 18 |
|--|------------------------------|------------------------|------------------------------|------------------------|
| | $ЧРЛ \approx \overline{ЧРЛ}$ | 2, 3, 9, 24 | 1, 5, 16, 22 | 4, 11 |
| | $ЧРЛ < \overline{ЧРЛ}$ | 14, 15, 17, 21 | 13, 20 | 10 |
| | | $ЧРЛ < \overline{ЧРЛ}$ | $ЧРЛ \approx \overline{ЧРЛ}$ | $ЧРЛ > \overline{ЧРЛ}$ |
| Частка реалізованих легковиків від загальної кількості легковиків бренду | | | | |

Рис. 1. Матриця регіональної конкурентоспроможності легкових автомобілів Forza [розроблено та сформовано авторами]

| | | | | |
|--|------------------------------|------------------------|------------------------------|------------------------|
| Частка реалізованих легкових від загальної кількості легкових | $ЧРЛ > \overline{ЧРЛ}$ | 2, 24 | 14, 17, 18, 22 | 8, 11 |
| | $ЧРЛ \approx \overline{ЧРЛ}$ | 1, 3, 5, 6, 7, 12, 19 | 13, 16, 23 | 4, 20 |
| | $ЧРЛ < \overline{ЧРЛ}$ | 9, 21, 25 | 15 | 10 |
| | | $ЧРЛ < \overline{ЧРЛ}$ | $ЧРЛ \approx \overline{ЧРЛ}$ | $ЧРЛ > \overline{ЧРЛ}$ |
| Частка реалізованих легкових від загальної кількості легкових бренду | | | | |

Рис. 2. Матриця регіональної конкурентоспроможності легкових автомобілів Lapos [розроблено та сформовано авторами]

| | | | | |
|--|------------------------------|-----------------------------|------------------------------|------------------------|
| Частка реалізованих легкових від загальної кількості легкових | $ЧРЛ > \overline{ЧРЛ}$ | 12, 18, 25 | 16 | 4, 7, 10 |
| | $ЧРЛ \approx \overline{ЧРЛ}$ | 1, 5, 9, 14, 17, 19, 21, 22 | 8 | 11, 20 |
| | $ЧРЛ < \overline{ЧРЛ}$ | 2, 3, 6, 13, 15, 23, 24 | | |
| | | $ЧРЛ < \overline{ЧРЛ}$ | $ЧРЛ \approx \overline{ЧРЛ}$ | $ЧРЛ > \overline{ЧРЛ}$ |
| Частка реалізованих легкових від загальної кількості легкових бренду | | | | |

Рис. 3. Матриця регіональної конкурентоспроможності легкових автомобілів Lapos pick-up (розроблено та сформовано авторами)

| | | | | |
|--|------------------------------|------------------------|------------------------------|------------------------|
| Частка реалізованих легкових від загальної кількості легкових | $ЧРЛ > \overline{ЧРЛ}$ | 3 | 6, 14, 18, 22, 24 | 8, 16, 23 |
| | $ЧРЛ \approx \overline{ЧРЛ}$ | 2, 7, 19 | 1, 12 | 11, 20 |
| | $ЧРЛ < \overline{ЧРЛ}$ | 5, 9, 17, 21, 25 | 13, 15 | 4, 10 |
| | | $ЧРЛ < \overline{ЧРЛ}$ | $ЧРЛ \approx \overline{ЧРЛ}$ | $ЧРЛ > \overline{ЧРЛ}$ |
| Частка реалізованих легкових від загальної кількості легкових бренду | | | | |

Рис. 4. Матриця регіональної конкурентоспроможності легкових автомобілів Sens [розроблено та сформовано авторами]

| | | | | |
|--|------------------------------|------------------------|------------------------------|------------------------|
| Частка реалізованих легкових від загальної кількості легкових | $ЧРЛ > \overline{ЧРЛ}$ | 3, 19 | 18, 24 | 23 |
| | $ЧРЛ \approx \overline{ЧРЛ}$ | 1, 5, 17, 25 | 8, 16, 22 | 11, 13 |
| | $ЧРЛ < \overline{ЧРЛ}$ | 2, 6, 7, 9, 14, 21 | | 4, 10, 12, 15, 20 |
| | | $ЧРЛ < \overline{ЧРЛ}$ | $ЧРЛ \approx \overline{ЧРЛ}$ | $ЧРЛ > \overline{ЧРЛ}$ |
| Частка реалізованих легкових від загальної кількості легкових бренду | | | | |

Рис. 5. Матриця регіональної конкурентоспроможності легкових автомобілів Vida (розроблено та сформовано авторами)

**Контент-аналіз регіональної конкурентоспроможності легкових автомобілів
виробництва ПАТ «ЗАЗ» у 2016 р.**

| Регіони | Forza | | | Lanos | | | Lanos pick-up | | | Sens | | | Vida | | | Σ | | |
|---------|-------|----|----|-------|----|----|---------------|----|----|------|----|----|------|----|----|----|----|----|
| | БК | СК | НК | БК | СК | НК | БК | СК | НК | БК | СК | НК | БК | СК | НК | БК | СК | НК |
| 1 | | + | | | | + | | | + | | + | | | | + | 0 | 2 | 3 |
| 2 | | | + | | + | | | | + | | | + | | | + | 0 | 1 | 4 |
| 3 | | | + | | | + | | | + | | + | | | + | | 0 | 2 | 3 |
| 4 | + | | | + | | | + | | | | + | | | + | | 3 | 2 | 0 |
| 5 | | + | | | | + | | | + | | | + | | | + | 0 | 1 | 4 |
| 6 | + | | | | | + | | | + | + | | | | | + | 2 | 0 | 3 |
| 7 | + | | | | | + | + | | | | | + | | | + | 2 | 0 | 3 |
| 8 | + | | | + | | | | + | | + | | | | + | | 3 | 2 | 0 |
| 9 | | | + | | | + | | | + | | | + | | | + | 0 | 0 | 5 |
| 10 | | + | | | + | | + | | | | + | | | + | | 1 | 4 | 0 |
| 11 | + | | | + | | | + | | | + | | | + | | | 5 | 0 | 0 |
| 12 | + | | | | | + | | + | | | + | | | + | | 1 | 3 | 1 |
| 13 | | | + | | + | | | | + | | | + | + | | | 1 | 1 | 3 |
| 14 | | | + | + | | | | | + | + | | | | | + | 2 | 0 | 3 |
| 15 | | | + | | | + | | | + | | | + | | + | | 0 | 1 | 4 |
| 16 | | + | | | + | | + | | | + | | | | + | | 2 | 3 | 0 |
| 17 | | | + | + | | | | | + | | | + | | | + | 1 | 0 | 4 |
| 18 | + | | | + | | | | + | | + | | | + | | | 4 | 1 | 0 |
| 19 | | + | | | | + | | | + | | | + | | + | | 0 | 2 | 3 |
| 20 | | | + | + | | | + | | | + | | | | + | | 3 | 1 | 1 |
| 21 | | | + | | | + | | | + | | | + | | | + | 0 | 0 | 5 |
| 22 | | + | | + | | | | | + | + | | | | + | | 2 | 2 | 1 |
| 23 | + | | | | + | | | | + | + | | | + | | | 3 | 1 | 1 |
| 24 | | | + | | + | | | | + | + | | | + | | | 2 | 1 | 2 |
| 25 | | + | | | | + | | + | | | | + | | | + | 0 | 2 | 3 |

ВИСНОВКИ

На підставі даних табл. 2 можемо зробити висновок, що регіональними зонами високої конкурентоспроможності легкових автомобілів виробництва ПАТ «ЗАЗ» є Дніпропетровська, Запорізька, Київська та Сумська області; середньої конкурентоспроможності – Вінницька, Луганська, Житомирська та Закарпатська області, м. Київ, Кіровоградська, Львівська, Миколаївська, Полтавська, Тернопільська, Харківська, Хмельницька, Черкаська, Чернігівська та Чернівецька область; низької конкурентоспроможності – Волинська, Донецька, Івано-Франківська, Одеська, Рівненська та Херсонська області.

Список використаних джерел

1. Статистичні дані інформаційно-аналітичної групи «Автоконсалтинг» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.autoconsulting.com.ua>.
2. Статистичні дані Асоціації автовиробників України «Укравтопром» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrautoprom.com.ua/statistika>.
3. Про схвалення Концепції Державної цільової економічної програми розвитку легкового автомобілебудування на період до 2020 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15 січня 2014

р. № 25-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/25-2014-p>.

4. Шевченко І.Ю. Регіональні особливості розвитку ринку продажу легкових автомобілів в Україні / І.Ю. Шевченко, І.О. Гуляєв // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2016. – № 851. – С. 128-133.

5. Shevchenko I.Yu. Rating assessment of the regional cars sale markets in Ukraine / I.Yu. Shevchenko, I.O. Gulyaev // Problems of development modern science: theory and practice: Collection of scientific articles. – EDEX, Madrid, España, 2016. – P. 165-170.

6. Шевченко І.Ю. Кластеризація якісних профілів регіональних ринків продажу легкових автомобілів в Україні / І.Ю. Шевченко, І.О. Гуляєв // Проблеми та перспективи розвитку підприємництва: Матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 10 листопада 2017 року). – Х.: ХНАДУ. – 2017. – С. 215-217.

7. Офіційний сайт ПрАТ «Єврокар» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uk.eurocar.com.ua>.

8. Офіційний сайт ПАТ «Запорізький автомобільний завод» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zaz.ua>.