

УДК 338.47

## МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКІВ ЗБУТУ АВТОМОБІЛЕБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

О.Г. Янковий, д.е.н., професор

*Одеський національний економічний університет, Одеса, Україна*

О.І. Яшкіна, к.е.н., доцент

*Одеський національний політехнічний університет, Одеса, Україна*

*Янковий О.Г., Яшкіна О.І. Маркетинговое дослідження ринків збуту автомобілебудівних підприємств України.*

У статті проаналізовано сучасний стан автомобілебудівних та автоскладальних підприємств України та динаміку попиту на продукцію вітчизняних автовиробників. Виявлено тенденції змін попиту на легкові автомобілі в Україні та тенденції реформатування часток ринку вітчизняних автовиробників. Виявлено чинники впливу інноваційних витрат на показники інноваційної діяльності в підгалузі транспортно-машинобудування.

*Ключові слова:* маркетингові дослідження, автомобілебудівні підприємства, попит на нові автомобілі, інноваційна діяльність

*Янковой А.Г., Яшкина О.И. Маркетинговое исследование рынков сбыта автомобилестроительных предприятий Украины.*

В статье проанализированы современное состояние автомобилестроительных и автосборочных предприятий Украины и динамика спроса на продукцию отечественных автопроизводителей. Выявлены тенденции изменений спроса на легковые автомобили в Украине и тенденции реформатирования долей рынка отечественных автопроизводителей. Выявлены факторы влияния инновационных расходов на показатели инновационной деятельности в подотрасли транспортного машиностроения.

*Ключевые слова:* маркетинговые исследования, автомобилестроительные предприятия, спрос на новые автомобили, инновационная деятельность

*Iankovyi O.G., Yashkina O.I. Marketing research of sales markets of automotive enterprises in Ukraine.*

The article analyzes the current state of automotive and car assembly plants in Ukraine and the dynamics of changes in demand for products of domestic automakers. Tendencies of changes in demand for passenger cars in Ukraine and trends of reformatting market shares of domestic automakers are revealed in the study. The factors of influence of innovation expenditures on indicators of innovation activity in the sub-sector of transport engineering are identified.

*Keywords:* marketing researches automotive companies, the demand for new cars, innovative activity

Галузь автомобілебудування є вкрай важливою для економіки країни. На сьогодні, не дивлячись на низку заходів щодо підтримки вітчизняного виробника Урядом, вона зазнає значних збитків, автомобілебудівні та автоскладальні підприємства країни знаходяться на межі виживання. Попит на автомобілі вітчизняного виробника є вкрай низьким, експорт з кожним роком обмежується заходами країн-імпортерів, які захищають власних виробників.

### Аналіз останніх досліджень та публікацій

Сучасна ситуація на ринку автомобілебудування за оцінками дослідників та експертів вкрай складна. За даними асоціації «УкрАвтопром», продаж нових легковиків в Україні впав в порівнянні з аналогічними періодами 2013 р. на 50% і більше [1]. Експерти групи «АІС-авто» прогнозують подальший спад попиту на нові автомобілі в 2014 р. [2].

Головний виробник вітчизняних легкових автомобілів ЗАЗ не виключає припинення виробництва у вересні цього року. Головними причинами є нестача складових, які надходять зі сходу України, та відміна утилізаційного збору Урядом країни [3]. З оглядом на викладене вище, вельми актуальними представляються питання виявлення й аналізу тенденцій зміни попиту на нові легкові автомобілі в Україні та динаміка часток ринку вітчизняних виробників у галузі автомобілебудування.

*Метою статті* є маркетингове дослідження ринку виробників легкових автомобілів та попиту на легкові автомобілі в Україні.

### Виклад основного матеріалу дослідження

На ринку легкових автомобілів представлено чотири національних виробники: ПрАТ «ЗАЗ», Корпорація «Богдан», ТОВ «КрАСЗ», ПАТ «Єврокар».

У передкризовий 2008 р. потужність цих виробників дозволила виробити 402 тис. автомобілів. Приріст у виробництві легкових автомобілів у 2004 р. склав 69%, а в 2007 р. – 42% (рис. 1).

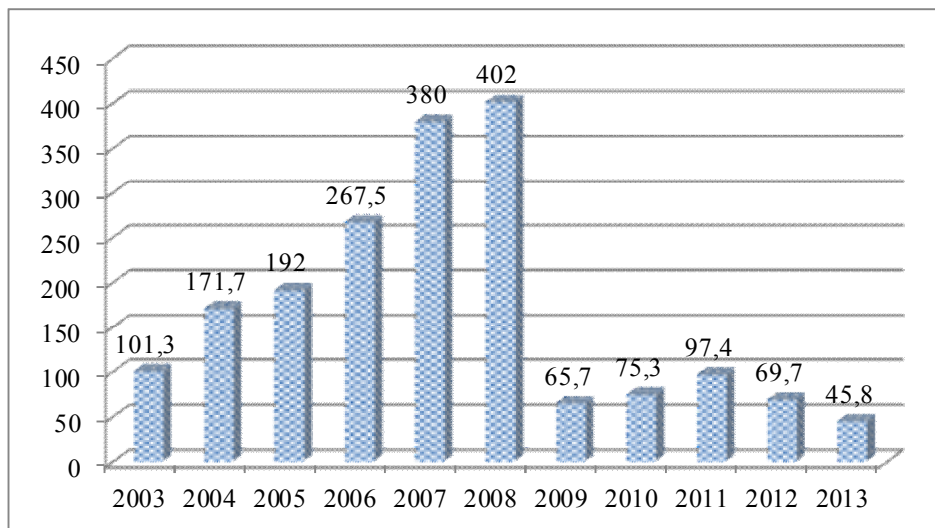


Рис. 1. Динаміка виробництва легкових автомобілів в Україні у 2003-2013 рр., тис. од. [4]

Але в подальшому виробництво легкових автомобілів стрімко скоротилося. У 2009 р. воно зменшилося у порівнянні з 2008 р. на 84%. Фактором такого скорочення стала світова криза, яка спричинила кризу фінансову. Низька купівельна спроможність українців не сприяла розігріву ринку при відсутності кредитування. І досі автомобілебудівна галузь не оговталася від наслідків кризи. Виробництво легкових автомобілів стрімко зменшується. Рекордно низьким воно стало у 2013 р. попри низки державних заходів щодо захисту вітчизняного виробника.

Лідером серед виробників легкових автомобілів в Україні є ПАТ «Запорізький автомобільний завод» (ПАТ «ЗАЗ» Корпорації «Укравто») – крупновузлове (SKD) і дрібновузлове (MKD) складання легкових автомобілів. ПАТ «ЗАЗ» – єдине в Україні підприємство, що має повний цикл виробництва легкових автомобілів, який включає штампування, зварювання, фарбування, обладнання кузова і складання автомобіля. На підприємстві створено і постійно удосконалюється якісно нове сучасне високотехнологічне виробництво. Підприємство виготовляє легкові та вантажні автомобілі й автобуси [5].

Корпорація «Богдан» (ПАТ «Луцький автомобільний завод» (або ПАТ «ЛуАЗ»), ПрАТ «Черкаський автомобільний завод «Богдан» (ПрАТ «Богдан») – крупновузлове і дрібновузлове складання легкових автомобілів — об'єднує в собі потужності для виробництва автобусів і тролей-

бусів, легкових автомобілів, вантажної та комерційної техніки, а також має власну розгалужену торгівельно-сервісну мережу. Виробничі потужності корпорації «Богдан», в створення яких інвестовано понад 440 млн. дол. США, дозволяють виготовляти 120-150 тис. легкових автомобілів, до 9 тис. автобусів та тролейбусів всіх класів, а також біля 15 тис. вантажних автомобілів та спеціалізованої техніки [6].

Завод «Єврокар» (ПрАТ «Єврокар») розташований у селі Соломонове Ужгородського району Закарпатської області. Це крупновузлове та дрібновузлове виробництво, при якому монтаж автомобілів здійснюється на конвеєрній лінії з використанням технологічного процесу, аналогічного головному заводу Skoda Auto [7].

ТОВ «ВО «Кременчуцький автоскладальний завод» (або ТОВ «КрАСЗ») – крупновузлове складання легкових автомобілів. Потужності ТОВ «ВО «КрАСЗ»: цех складання легкових автомобілів і цех складання комерційних автомобілів [8].

Зміна тенденцій на ринку вітчизняного автомобілебудування досить динамічна (табл. 1).

Лідер ринку – ПАТ «ЗАЗ» стрімко зменшує обсяги виробництва. Якщо у 2010 р. на заводі вироблялось більше 42 тис. авто, а у 2011 р. більше, ніж 59 тис., то у 2013 р. виробництво стрімко впало – до 19,5 тис. авто, тобто зменшилося майже втричі у порівнянні з 2011 р. (рис. 2).

Таблиця 1. Обсяги виробництва легкових автомобілів вітчизняними виробниками

	2010	2011	2013
ПАТ «ЗАЗ»	42266	59360	19468
Корпорація «Богдан»	19190	20240	6246
ТОВ «ВО «КрАСЗ»	6341	6329	9049
ПрАТ «Єврокар»	7464	11656	11494

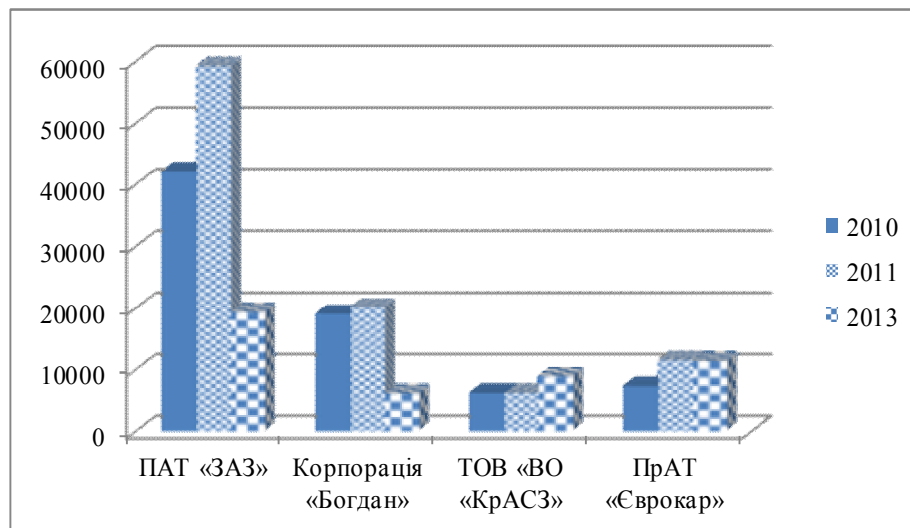
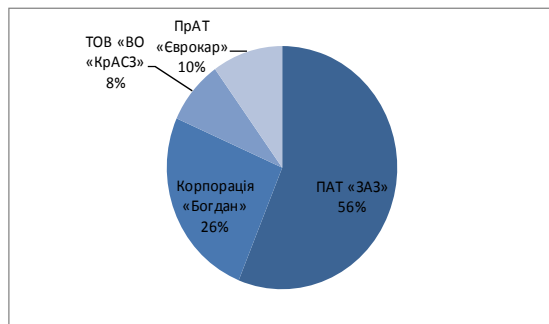


Рис. 2. Тенденції змін динаміки виробництва українських виробників, одиниць

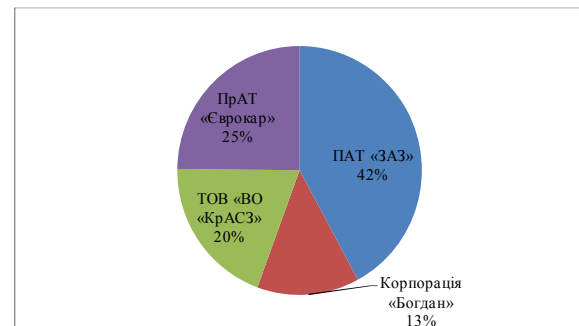
Частка «ЗАЗ» у загальному виробництві вітчизняних авто зменшилася з 56% у 2010 р. до 42% у 2013 р. (рис. 3).

Корпорація «Богдан» також демонструє тенденцію до стрімкого зменшення обсягів вироб-

ництва і втрати частки ринку. Якщо у 2011 р. з заводів корпорації вийшло понад 20 тис. авто, то у 2013 р. – лише 6246 автомобілів. Частка ринку серед виробників України у Корпорації «Богдан» зменшилася з 26% у 2010 р. до 20% у 2013 р.



а) Структура виробництва у 2010 р.



б) Структура виробництва у 2013 р.

Рис. 3. Структура виробництва легкових автомобілів вітчизняними виробниками

«КрАСЗ» та «Єврокар», навпаки, демонструють зростання випуску легкових автомобілів. Обидва виробники збільшили обсяги виробництва у 1,5 рази з 2010 по 2013 рр. «КрАСЗ» збільшив частку ринку з 8% у 2010 р. до 20% у 2013 р.

«Єврокар» також збільшив частку ринку – з 10% у 2010 р. до 25% у 2013 р. і є найбільш динамічно зростаючим серед інших виробників.

Вітчизняні виробники виробляють та збирають автомобілі різноманітних марок (табл. 2).

Таблиця 2. Моделі легкових автомобілів, які виробляли в Україні у 2013 р.

Підприємство	Категорія складання	Моделі
ПАТ «ЗАЗ»	SKD, MKD	ЗАЗ Ланос, ЗАЗ Сенс, ЗАЗ Vida, ЗАЗ Forza ЗАЗ Lanos Pick-up Припинено виробництво: DaewooLanos, DaewooSens, ВАЗ, Chevrolet, KIA, Chance, Славута
Корпорація «Богдан»	SKD, MKD	LADA десятого сімейства, Hyundai Tucson, Elantra XD та Accent, Богдан 2111
ПрАТ «Єврокар»	SKD, MKD	Skoda (Octavia, Fabia, Superb, Roomster, Yeti)
ТОВ «КрАСЗ»	SKD	Gelly, SsangYong (Rexton, Kyron, Action, Korando)

Близько 40% вироблених в Україні авто експортуються. За даними Держкомстату, в 2011 р. експорт автомобілів складав 39,9 тис. од., тобто 41% від вироблених у цей період (283,3 млн. дол. США), а в 2012 р. – 27,2 тис. од., що складає 39% від виробництва (214,1 млн. дол. США) [9].

За даними «УкрАвтопрому», 95% легкових автомобілів з України експортуються у Російську Федерацію, 2,5% в Азербайджан, 0,71% – в Сирію, 0,46% – в Казахстан, 0,37% – в Беларусь. В країні ЄС експортуються 0,02% вітчизняних авто [4].

Імпортує Україна значно більше легкових автомобілів, ніж експортує. За даними Держкомстату, у 2011 р. імпортовано 189,9 тис. легкових

автомобілів, на суму 2979,5 млн. дол., а у 2012 р. – 205,0 тис. автомобілів на суму 3247,1 млн. дол. [9]. За даними «УкрАвтопрому», 21% легкових авто Україна імпортує з Японії, 16,6% – з Російської Федерації, 12,7% – з Німеччини, 6,9% – з Південної Кореї [4].

У 2011 р. експорт складав 21% від імпорту, а в 2012 р. – лише 12%. Українські споживачі віддають перевагу автомобілям іноземного виробництва. Разом з тим, ємність ринку України дозволяє значно збільшити виробництво вітчизняних автомобілів. За даними Асоціації автовиробників України «УкрАвтопром», у 2013 р. було продано 213322 од. легкових авто (табл. 3) [4].

Таблиця 3. Обсяги збуту легкових автомобілів в Україні

Рік	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Обсяг збуту, тис. од.	193,8	233,0	273,6	378,0	514,1	610,2	175,2	169,5	207,5	237,6	213,3

Якщо співвіднести обсяги імпорту з продажем легкових автомобілів у 2011-2012 рр., то дійдемо висновку, що від 80 до 90 проданих авто у ці роки було імпортовано.

Низьку конкурентоспроможність українських автомобілів на внутрішньому та зовнішньому ринках дослідники пов'язують з невідповідністю встановленим для автовиробників стандартам, з низькими витратами на наукові дослідження, з недовірою до вітчизняного виробника, яка формувалася на протязі десятиліть. Шляхи виходу з ситуації лежать у державній підтримці вітчизняних виробників.

Серед них Ю.В. Пирожкова виділяє такі [11]:  
— створення відкритої державної бази даних та здійснення моніторингу науково-технічних розробок у сфері автомобілебудування для вдосконалення вітчизняного автомобілебудування;

— з метою створення нових виробництв із впровадження енергозберігаючих технологій розробити механізм стимулювання наукових розробок у галузі фундаментальних та прикладних досліджень, а саме – затвердити процедуру отримання державних грантів для ведення науково-дослідної і дослідно-конструкторської діяльності з розробки автомобільної техніки та її компонентів.

Але вітчизняним виробникам за рахунок низьких цін у порівнянні з імпортними автомобілями вдається займати лідерські позиції з продажу. На фоні високої ставки ввізного мита на готові автомобілі (25%) ціни на вітчизняні легкові автомобілі удвічі або й втричі менші ніж іноземні аналоги, які дещо перевищують вітчизняні авто за якістю. Якщо прослідкувати динаміку продажів за марками, то на перших позиціях побачимо автомобілі вітчизняних виробників (табл. 4).

Таблиця 4. Обсяги збуту першої п'ятірки виробників за марками у 2010-2013 рр.

Лідери 2010	2010	% 2010	Лідери 2011	2011	% 2011	Лідери 2012	2012	% 2012	Лідери 2013	2013	% 2013
ВАЗ	25908	15,3	ВАЗ	28436	13,7	Hyundai	22868	9,6	Hyundai	18001	8,4
ЗАЗ	14966	8,8	Hyundai	21829	10,5	ВАЗ	19718	8,3	ЗАЗ	17709	8,3
Hyundai	14643	8,6	ЗАЗ	19529	9,4	ЗАЗ	18124	7,6	Geely	16436	7,7
Toyota	10685	6,3	Toyota	12906	6,2	KIA	16111	6,8	Toyota	15436	7,2
Chevrolet	8994	5,3	Renault	11478	5,5	Volkswagen	15786	6,6	KIA	13224	6,2
Інші	94344	44,3	Інші	113275	45,3	Інші	144995	38,9	Інші	132516	37,8
Всього	169540	100	Всього	207453	100	Всього	237602	100	Всього	213322	100

Але тенденції попиту на ринку легкових авто за останні чотири роки не є незмінними. Лідер з продажів у 2010-2011 рр. ВАЗ у 2013 р. не увійшов у десятку марок, які мають найбільші продажі. Китайський бренд Geely, який не входив у десятку авто з найбільшими продажами ані в 2010 р., ані в 2011 р., а в 2012 р. був лише на 10-й сходинці, у 2013 р. зайняв третє місце. До цих пір «ЗАЗ» утримує близько 8% ринку легкових

автомобілів в Україні, але різниця в продажах з Geely стрімко скорочується. У 2013 р. не набагато випереджає інших виробників з другої та третьої сходинки і лідер – Hyundai – на 300 авто на рік «ЗАЗ» та на 560 авто на рік Geely.

Одним з факторів низької конкурентоспроможності вітчизняної автомобілебудівної продукції на міжнародних ринках є той факт, що автомобілебудівні підприємства інноваційні ви-

трати спрямовують не на технічні інновації (придбання машин, устаткування, науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи, придбання патентів та ін.), а на нетехнологічні інновації (реклама, витрати на збут, витрати на просування, організаційні витрати).

Проаналізуємо за допомогою кореляційно-регресійного аналізу вплив витрат на інноваційну діяльність в підгалузі виробництва транспортних засобів та устаткування, до якої відносяться автомобілебудівні та автоскладальні підприємства, з показниками результативності інновацій в цій галузі. За показники результативності інноваційної діяльності підприємств було обрано: кількість впроваджених нових технологічних процесів; кількість освоєних у виробництві ін

новаційних видів продукції та обсяг реалізованої інноваційної продукції. Технологічні інноваційні витрати – це витрати на внутрішні НДР; витрати на зовнішні НДР; витрати на придбання машин та обладнання; інші зовнішні витрати.

Нетехнологічні інноваційні витрати – це витрати на маркетинг та організаційні витрати – знаходяться у стовпчику «Інші».

Дані для побудови кореляційної матриці отримані за статистичним збірником «Наукова та інноваційна діяльність України» [12]. У підгалузі виробництва транспортних засобів та устаткування жоден з показників результативності інноваційної діяльності не пов'язаний з загальними витратами на інновації (табл. 5).

Таблиця 5. Коефіцієнти парної кореляції фактора «витрати на інновації» з показниками інноваційної діяльності в підгалузі виробництва транспортних засобів та устаткування

	Витрати на інноваційну діяльність, усього	Внутрішні НДР	Зовнішні НДР	Придбання машин, обладнання та програмного забезпечення	Інші зовнішні знання	Інші
Впроваджено нових технологічних процесів	-0,51	0,23	0,60	-0,26	0,17	-0,11
З них маловідходних, ресурсозберігаючих процесів	-0,66	-0,30	0,90	-0,43	-0,34	-0,65
Освоєно виробництво інноваційних видів продукції	0,12	0,29	-0,06	-0,04	0,06	0,02
З них машин, устаткування, апаратів, приладів	0,10	0,29	0,05	0,03	0,06	-0,02
Обсяг реалізованої інноваційної продукції	-0,09	-0,72	0,70	0,54	-0,77	-0,84

Спостерігається лише середній вплив субфактора «витрати на зовнішні НДР» на показник кількості впроваджених нових технологічних процесів (коефіцієнт парної кореляції  $r=0,6$ ), сильний вплив цього ж фактора на впровадження маловідходних, ресурсозберігаючих процесів ( $r = 0,9$ ), та середній вплив на обсяг реалізованої інноваційної продукції ( $r = 0,7$ ).

Цікаво, що підгалузь виробництва транспортних засобів та устаткування, яка є лідером за витратами на нетехнологічні інновації, не демонструє будь-якого впливу цих витрат на результативність інноваційної діяльності.

Навпаки, спостерігається зворотний зв'язок цих витрат на обсяг реалізованої інноваційної продукції ( $r = -0,84$ ).

Побудуємо багатофакторну регресійну модель залежності обсягу реалізованої інноваційної продукції у підгалузі виробництва машин та устаткування від двох субфакторів, які, як було виявлено у результаті кореляційного аналізу, мають вплив на цей показник [13].

Рівняння множинної регресії має наступний вигляд:

$$y = -2045271 + 0,73x_1 + 9,72x_2,$$

де  $y$  – обсяг реалізованої інноваційної продукції, тис. грн.;

$x_1$  – витрати на внутрішні НДР, тис. грн.;

$x_2$  – витрати на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення, тис. грн.

Отримана модель пояснює 86% варіації залежної змінної, в цілому є точною, надійною та адекватною. Інтерпретувати її коефіцієнти можна таким чином: при збільшенні витрат на внутрішні НДР на одну тис. грн. обсяги реалізованої інноваційної продукції збільшаться в середньому на 0,73 тис. грн., при незмінних витратах на придбання машин та обладнання.

При збільшенні витрат на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення на 1 тис. грн. обсяги реалізованої інноваційної продукції збільшаться в середньому на 9,72 тис. грн., при незмінних витратах на внутрішні НДР.

#### Висновки

За результатами проведених маркетингових досліджень дістаємо таких висновків. Обсяги виробництва у автомобілебудівній галузі країни з кожним роком зменшуються.

Такий спад пояснюється слабким попитом вітчизняних споживачів щодо вироблених в

Україні автомобілів та низькою конкурентоспроможністю української продукції на зовнішніх ринках. В останні роки попит вітчизняних споживачів переорієнтувався у бік автівок китайського виробника, які збираються в Україні. Вітчизняні автомобілебудівні під-

приємства вкрай неефективно здійснюють інноваційну діяльність.

Значного внеску інноваційних витрат підприємств транспортного машинобудування на показники результативності інноваційної діяльності цих підприємств не спостерігається.

### Список літератури:

1. Autoua.net [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://autonews.autoua.net/novosti/7030-avtorynok-ukrainu-v-marte-upal-v-dva-raza.html>.
2. Автомобили: статистика продаж [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://autoconsultant.com.ua/ukrainnews/view/12952>.
3. Деловая газета «Взгляд» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vz.ru/news/2014/7/3/694051.html>.
4. Асоціація автовиробників України «УкрАвтопром» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrautoprom.com.ua>.
5. Офіційний сайт ЗАТ «Запорізький автомобілебудівний завод» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zaz.ua>.
6. Офіційний сайт корпорації «Богдан» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bogdan.ua>.
7. Офіційний сайт ПрАТ «ЄвроКар» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eurocar.com.ua>.
8. Офіційний сайт ТОВ «ВО «КрАСЗ» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://krasz.com.ua>.
9. Зовнішня торгівля України товарами та послугами у 2012 році. Статистичний збірник / Відпов. за випуск А. О. Фризоренко. – Т.1. – Державна служба статистики. – К.: ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2013. – 139 с.
10. Пиріжкова Ю. В. Особливості правового регулювання конкурентоспроможності автомобілебудівних підприємств в Україні : сучасний правовий аналіз / Ю. В. Пиріжкова // Вісник Запорізького національного університету. Юридичні науки. – 2009. – № 1. – С. 106-110.
11. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. Статистичний збірник. – К.: ДП «Інформаційно-видавничий центр Держстату України», 2013. – 287 с.
12. Янковой А. Г. Основы теории статистики : учеб. пособ. / А. Г. Янковой. – Одесса: ОИФ УГУФМТ, 2007. – 111 с.

Надано до редакції 25.07.2014

Янковий Олександр Григорович / Oleksandr G. Iankovyi  
[yankovoy\\_a@ukr.net](mailto:yankovoy_a@ukr.net)

Яшкіна Оксана Іванівна / Oksana I. Yashkina  
[nomer27@ukr.net](mailto:nomer27@ukr.net)

### Посилання на статтю / Reference a Journal Article:

Маркетингове дослідження ринків збуту автомобілебудівних підприємств України [Електронний ресурс] / О.Г. Янковий, О.І. Яшкіна // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2014. – № 5 (15). – С. 70-75. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/n5.html>