

УДК 329.321

Ольга КРАУЗЕ; Анастасія МАЩАК

Тернопільський національний технічний університет
імені Івана Пулюя, Тернопіль, Україна

ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ АВТОМОБІЛЕБУДІВНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ КИТАЮ

Резюме. Зародження розвитку автомобілебудівної промисловості Китаю датується 1953 р. З метою захисту ринку урядом було впроваджено ряд обмежувальних заходів щодо спільних підприємств з іноземними інвестиціями, як наслідок автоіндустрія Китаю до середини 1990-х рр. стала високо захищеною. Незважаючи на значні обсяги продажу автомобілів в Китаї, ринок ще недостатньо насичений у порівнянні з більш зрілими ринками. Малі та середні підприємства США, Японії та Європи є основними бенефіціарами економічного зростання Китаю. Починаючи з 2009 р. іноземні автомобільні компанії займали 85% китайського авторинку. З 2009 р. Китай є найбільшим у світі автовиробником випередивши США, Японію та Німеччину. Ведення бізнесу іноземними компаніями в Китаї ускладнюється непрозорим регулятивним середовищем, недосконалою правовою системою та порушенням прав інтелектуальної власності. Загальний обсяг продажу продукції автомобільної промисловості у 2016 р. становив понад 28 млн. одиниць.

Ключові слова: автомобілебудівна промисловість, автопром, транснаціональне підприємство, автозавод, спільне підприємство, конкуренція, обсяг виробництва, внутрішній ринок, зовнішній ринок.

Olga Krause; Anastasia Mashchak

Ternopil Ivan Pul'uj National Technical University, Ternopil, Ukraine

CHINA AUTOMOTIVE AND INDUSTRIAL MARKET INVESTIGATION RESEARCH

Summary. The origin of the development of China's automotive industry dates back to 1953. In order to protect the domestic market, the government introduced a number of restrictive measures on joint ventures with foreign investment, and as a result the automotive industry of China became highly protected by the mid-1990s. Despite the significant sales of cars in China, the market is still not saturated with more mature markets. Small and medium-sized enterprises in the US, Japan and Europe are the main beneficiaries of China's economic growth. Since 2009, foreign automobile companies have occupied 85% of the Chinese car market. Today, China's market is dominated by General Motors, Volkswagen, Mercedes-Benz, Ford, Suzuki, Daihatsu, Honda, Subaru, Citroen, Toyota and other foreign brands. Local manufacturers such as Chery Automobile Co and Geely Holding Group are growing fast, but lag behind in technology. The most promising segment of the Chinese automobile market is premium cars. The second largest sector of the automotive industry is spare parts and components for electric motors. Since 2009, China is the world's largest carmaker ahead of the US, Japan and Germany. Doing business with foreign companies in China is complicated by an opaque regulatory environment, an imperfect legal system, and a violation of intellectual property rights. The total sales of automobile industry products in 2016 amounted to more than 28 million units.

Key words: automobile industry, automobile industry, transnational enterprise, automobile plant, joint venture, competition, volume of production, domestic market, foreign market.

Постановка проблеми. Автомобілебудівна промисловість Китаю демонструє інтенсивний розвиток. За відносно короткий період часу, завдяки залученню іноземних інвестицій та вдалому державному регулюванню, обсяги виробництва та збуту продукції китайського автопрому посідають перші місця в світовій статистиці. Досвід розвитку китайського автопрому може бути корисним для вітчизняного автомобілебудування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема стратегічного управління автомобілебудівної промисловості присвячено роботи таких науковців, як: О. Бауман, О. Белоусов, Н. Загребельна, Ю. Конова, Б. Кузнецов, Є. Погребняк, С. Рут, А. Троцик та інші.

Мета статті – дослідження еволюції розвитку китайської автомобілебудівної промисловості; особливості державного регулювання щодо пом'якшення зовнішньої конкуренції, умов створення спільних підприємств з іноземним капіталом, залучення іноземних інвестицій та технологій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Історія автомобілебудування в Китаї суттєво відрізняється від етапів розвитку інших галузей економіки країни, пов'язаних з масовим виробництвом. Більшість товарів народного споживання Китай почав експортувати, коли внутрішній ринок був доволі незначним за обсягами. Автомобільна промисловість Китаю, навпаки, почала активно розвиватися лише останні два десятиліття, в умовах зростання платоспроможного попиту населення на автомобілі. Зародження автопрому Китаю датується червнем 1953 р., тоді в м. Пекін розпочав свою роботу перший автомобільний завод – First Automobile Works (FAW). Наприкінці 1950-х рр. до 1960-х рр. було створено кілька автозаводів в містах Нанкін, Шанхай, Цзинан і Пекін. Частка виробництва легкових автомобілів була незначною, у 1985 р. було вироблено всього 5200 автомобілів.

Автопром є одним з ключових секторів, на користь яких відбулися політичні реформи. У 1980 р. уряд розпочав затвердження іноземних інвестицій у формі спільних підприємств з місцевими компаніями, частка капіталу іноземних підприємств обмежувалась в розмірі 50%, також заборонялась продаж іномарок на тих же комерційних майданчиках, що і авто вітчизняного виробника [5, 7].

До середини 1990 р. автоіндустрія Китаю була високо захищеною. Такий підхід був сформований за моделлю промислового розвитку Кореї 1970-х рр. Вимоги до фондів, технологій, модернізації автопрому змусили владу залучати прямі іноземні інвестиції. Проте операції іноземних компаній, як вже відмічалось, були регламентовані переліком обмежувальних заходів, найважливішими з яких були високі тарифні та нетарифні бар'єри, скринінг, обмеження іноземного капіталу та вимоги до місцевого контенту. Ще однією унікальною рисою китайського автопрому є те, що жоден автовиробник не володіє часткою ринку більше 10% [8].

Така політика уряду ґрунтується на тому, що вітчизняні автокомпанії зможуть скористатися перевагами трансферу технологій через спільні підприємства. При підписанні угоди про спільне ведення бізнесу, китайська сторона наполягає на переданні технологій та підпорядкування китайському керівництву. Втім, сподівання китайського уряду щодо інтенсивного розвитку вітчизняного автомобілебудування не справдилися. Сьогодні на ринку Китаю переважають General Motors, Volkswagen, Mercedes-Bens, Ford, Suzuki, Daihatsu, Honda, Subaru, Citroen, Toyota та інші зарубіжні бренди. Місцеві виробники, такі як Chery Automobile Co та Geely Holding Group швидко зростають, але значно відстають в технологіях.

Малі та середні підприємства США, Японії та Європи є основними бенефіціарами економічного зростання Китаю. Американські, європейські та японські автовиробники розглядають Китай, а також Індію та Росію, як перспективні ринки збуту, оскільки попит на транспортні засоби в США та Європі має тенденцію до скорочення. На китайський ринок виводяться автомобілі розроблені з урахуванням вимог споживачів –

консервативні, з висококласним дизайном, низького і середнього цінового сегменту. Китайські споживачі надаються перевагу іномаркам орієнтуючись на репутацію виробника, високу якість та вартість бренду.

Перші спільні підприємства було створено з компаніями Volkswagen та American Motors, наступною була компанія VW, яка налагодила випуск моделі Santana для задоволення прогнозованого попиту на таксі. Китайська сторона суворо контролювала конкуренцію, за такого симбіозу виграла кожна з сторін. Компанія Volkswagen перша побудувала автозавод в Китаї. На сучасному етапі розвитку практично кожна провідна автокомпанія представлена на авторинку Китаю, до таких належать: Mercedes-Bens, Ford, General Motors, Suzuki, Daihatsu, Honda, Subaru, Citroen, Toyota. Більшість з них мають партнерські відносини з одним з трьох найбільших китайських автовиробників.

Ведення бізнесу іноземними компаніями в Китаї ускладнюється непрозорим регулятивним середовищем, недосконалою правовою системою та порушенням прав інтелектуальної власності.

З 2009 р. Китай є найбільшим у світі автовиробником випередивши США, Японію та Німеччину. Успішний розвиток автомобілебудування пов'язаний із сприятливою економічною ситуацією в країні. Річний обсяг виробництва авто в Китаї вперше перевищив 1 млн. у 1992 р. У 2000 р. китайський автопром виробив понад 2 млн. авто. Після вступу у 2001 р. Китаю до ВТО (всесвітньої торгівельної організації) розвиток авторинку ще більше пришвидшився. У 2013-2014 рр. вперше у світовій історії автовиробництва Китай виробив понад 20 млн. авто. Китайський автопром на сучасному етапі розвитку здатний виробляти всю лінійку автопродукції. Протягом 1999-2016 рр. виробництво автомобілів в Китаї зросло у 15,37 рази (рис. 1).

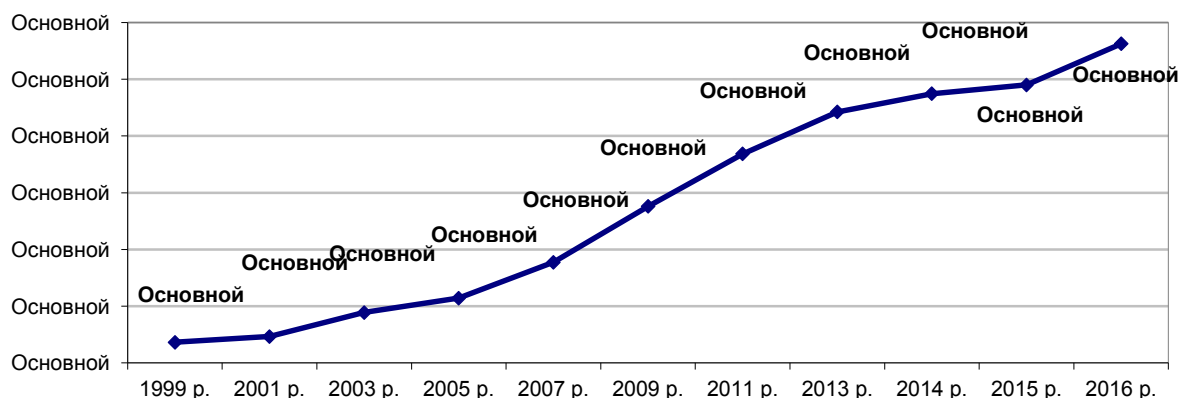


Рисунок 1. Динаміка виробництва автомобілів в Китаї [побудовано автором за матеріалами 6]

Figure 1. Dynamics of car production in China

Загальний обсяг продажу продукції автомобільної промисловості у 2016 р. становив понад 28 млн. одиниць, з яких 24 млн. одиниць (85,7%) припадало на легкові автомобілі. Частка SAIC Motor Corporation Limited, провідної китайської державної автомобілебудівної компанії, 23,2% від загального обсягу продаж. Темпи зростання виробництва продукції автомобілебудування становили у 2016 р. 14,5 % у порівнянні з попереднім звітним періодом.

У 2017 р. китайський авторинок став найбільшим для багатьох брендів преміум класу, включаючи Cadillac, Audi, Mercedes-Benz, BMW та Porsche. Обсяги продажу 11 преміальних автовиробників у 2017 р. становили близько 2,24 млн. авто, що на 18,1% більше, ніж у 2016 р. У той же час загальні темпи зростання китайського автопрому становили 3,6%, темпи зростання продажу легкових автомобілів становили 1,9% (порівняно з 2016 р. відмічається падіння темпів зростання показника). Частка ринку легкових автомобілів преміум класу у 2017 р. становила 10,18%, у 2011 р. цей показник становив 6,5% [3].

Отже, найбільш перспективним сегментом китайського авторинку легкових автомобілів є автомобілі преміум класу.

В Китаї будується значна кількість автозаводів, як вітчизняними, так і іноземними автовиробниками, у 2017 р. налічувалось 140 автозаводів. З десяти автовиробників з найвищою рентабельністю, сім – китайські [9].

Починаючи з 2009 р. іноземні автомобільні компанії займали 85% китайського авторинку. Близько 60% автомобілів, що продаються в Китаї, зібрані безпосередньо в країні. Проте, автомобілебудівна галузь Китаю дуже фрагментована і здебільшого складається з невеликих компаній, які виробляють незначний за асортиментом набір комплектуючих. Таке виробництво потребує значних затрат праці з відносно низьким застосуванням прогресивних технологій у порівнянні з автовиробниками в більш розвинених країнах, часто не вистачає економії на масштабі. В структурі витрат значну частину становлять витрати на НДДКР. Більшість компаній виробляють низько технологічні деталі з переважною присутністю імпорту [4, с. 11].

Майже 90% продукції китайського автопрому реалізується на внутрішньому ринку. В той же час Китай є великим експортером авто. За китайський авторинок, який є найбільшим в світі, змагаються провідні світові автогіганти та місцеві виробники.

Урядом Китаю встановлено ряд перешкод, спрямованих на зменшення зовнішньої конкуренції, до таких належить митний збір в розмірі не меншому 25% на автомобілі і 10 на автозапчастини. До вступу Китаю в СОТ (до 2006 р.) митний збір на автомобілі становив 100%, а на автозапчастини 50% [5, 10]

Така політика дала свої результати. У 2015 р. імпорт авто скоротився на 22,73%, найпопулярнішим імпортером авто є США. Також спостерігається спад імпорту автозапчастин, наприклад, у 2015 р. було імпортовано 681300 двигунів (на 1,86 млрд. дол. США), у порівнянні з попереднім роком скорочення становило 16%. Падіння імпорту кузовів і аксесуарів становило 14,97%, що стануть 26,79 млрд. дол. США. Основними імпортерами комплектуючих для авто є Німеччина, Японія та США. Відбувається зменшення обсягів імпорту з США, одного з найбільших імпортерів до Китаю, як авто, так і комплектуючих до них. Втім, якщо порівнювати загальні обсяги імпорту з США, то частка продукції автомобілебудування зросла на 2,9%.

Щодо загального обсягу імпорту автозапчастинами, то з 2015 р. відмічається падіння показника на 15,61%, хоча попередні роки простежувалось стале зростання. Аналогічна тенденція і щодо експорту, зниження показника становить 5,06%. Падіння показників міжнародної торгівлі свідчить про насичення ринку, що потребує перегляду цінової політики та пошуку нових ринків збуту, як для Китаю, так і для США, Японії та Німеччини.

Найбільш перспективними є ринок комплектуючих до авто та аксесуари, які становлять основний продуктовий сегмент Китаю. Індустрія автозапчастин складає 56% загального доходу галузі.

Другий за величиною сектор автопромисловості – це запчастини та комплектуючі для електродвигунів, що становить близько 23% доходу галузі. Даний сектор включає в себе пускові двигуни, генератори змінного струму, блоки управління для електронних систем. Внутрішній попит на товари продукцію даного сегменту є відносно сталим та має незначні тенденції до зростання.

У 2015 р. в Китаї було придбано 1 млн. автомобілів класу «люкс» та 75 тис. ультра-розкішних. Загальний обсяг продажу цих двох сегментів збільшився відповідно на 35% та 67% у порівнянні з попереднім роком. Провідними люксовими брендами стали Audi, BMW і Mercedes-Benz, у сегменті ультра-розкішних – Jaguar LandRover та Porsche.

Незважаючи на значні обсяги продажу автомобілів в Китаї, ринок ще недостатньо насичений у порівнянні з більш зрілими ринками. У 2015 р. в країні налічувалось 280 млн. водіїв і 141 млн. приватних авто [1]. Даний факт свідчить про перспективність зростання обсягів продажу за умови підвищення купівельної спроможності населення.

Для імпорту вживаних авто до Китаю немає жорстких вимог, допускаються всі основні види авто – дизельні, бензинові, електричні та гібридні. Проте встановлено певні обмеження:

- вік авто повинен бути не менше 1 року і не більше 20 років;
- вживані авто можна імпортувати лише для власного користування;
- імпортувати до Китаю вживані авто можуть лише китайські резиденти [2].

Обсяги продажу вживаних авто зросли у порівнянні з 2014 р. на 50%. Щодо вікової структури продажу вживаних авто, то станом на березень 2017 р. майже 76% становили віком від 3 до 10 років, 18% – до 3 років і лише 6% – старше 10 років. Даний показник є доволі непоганим у порівнянні з менш розвиненими країнами, наприклад, Польща, Росія, Україна, де переважний вік вживаних авто поверх 10 років, що становить значну небезпеку як для учасників авторуху, так і для екології.

Висновки. Політика китайського уряду щодо розвитку автомобілебудівної промисловості характеризується виваженістю і далекоглядністю прийнятих рішень. Комплекс заходів спрямований на розвиток вітчизняного автопрому, обмеження імпорту, обмеження прав спільних підприємств з іноземним капіталом, запозичення прогресивних технологій в галузі автомобілебудування. Такі заходи дали свої результати і на сьогоднішній день автомобілебудівна промисловість Китаю характеризується найвищими обсягами виробництва і продажу.

Conclusions. The policy of the Chinese government regarding the development of the automotive industry is characterized by a careful and far-reaching decision-making process. The complex of measures is aimed at developing domestic automobile industry, limiting imports, restricting the rights of joint ventures with foreign capital, borrowing advanced technologies in the field of automobile construction. Such measures have yielded results and to date, the automotive industry in China is characterized by the highest volumes of production and sales.

Використана література

1. Automotive Industry in China: Sales – Statistics & Facts [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.statista.com/topics/1100/automobile-sales-in-china>.

2. Car Shipping to China [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.usaintercargo.com/Shipping-Resources/Articles/Car-Shipping-to-China.aspx>.
3. [2017] China becomes largest market for GM's Cadillac [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wautom.com/2018/04/china-becomes-largest-market-for-gms-cadillac/>
4. China City & Industry Report: A Guide for U.S. Exporters. U. S. Commercial Service Connecting you to Global Markets/ Automotive Components Industry. – 2017. – 140 p.
5. Foreign car companies in China [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://factsanddetails.com/china/cat9/sub61/item360.html>
6. International Organization of Motor Vehicle Manufacturers OICA is the voice speaking on automotive issues in world forums [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.oica.net/category/production-statistics/2016-statistics/>
7. Introduction to the Chinese Automotive HVAC Aftermarket [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.frost.com/sublib/display-market-insight-top.do?id=77579305>
8. «Nissan's China Business» May, 2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.nissan-global.com/EN/IR/INSIDE/INSIDE-SP/CHINA/index.html>
9. Too Many Car Factories in China? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.gaofengadv.com/wp-content/uploads/2015/02/EN27-Too-Many-Car-Factories-in-China.pdf>
10. What's the trend of China Auto Industry? China wants more auto production to be in China [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ivysiyuchen.wikidot.com/news>

References

1. Automotive Industry in China: Sales – Statistics & Facts Available at: <https://www.statista.com/topics/1100/automobile-sales-in-china>
2. Car Shipping to China Available at: <http://www.usaintercargo.com/Shipping-Resources/Articles/Car-Shipping-to-China.aspx>
3. China becomes largest market for GM's Cadillac (2017) Available at: <http://www.wautom.com/2018/04/china-becomes-largest-market-for-gms-cadillac/>
4. China City & Industry Report: A Guide for U.S. Exporters. U. S. Commercial Service Connecting you to Global Markets (2017) Automotive Components Industry.
5. Foreign car companies in China Available at: <http://factsanddetails.com/china/cat9/sub61/item360.html>
6. International Organization of Motor Vehicle Manufacturers OICA is the voice speaking on automotive issues in world forums Available at: <http://www.oica.net/category/production-statistics/2016-statistics/>
7. Introduction to the Chinese Automotive HVAC Aftermarket Available at: <http://www.frost.com/sublib/display-market-insight-top.do?id=77579305>
8. «Nissan's China Business» (2009) Available at: <https://www.nissan-global.com/EN/IR/INSIDE/INSIDE-SP/CHINA/index.html>
9. Too Many Car Factories in China? Available at: <http://www.gaofengadv.com/wp-content/uploads/2015/02/EN27-Too-Many-Car-Factories-in-China.pdf>
10. What's the trend of China Auto Industry? China wants more auto production to be in China Available at: <http://ivysiyuchen.wikidot.com/news>

Отримано 22.04.2018