

АНАЛІЗ СВІТОВОГО РИНКУ ЛЕГКОВИХ АВТОМОБІЛІВ

Бойко В. С.¹, Семенова К. Д.²

¹ – студент, кафедра статистики,

² – канд. екон. наук, доцент, кафедра статистики
Одеський національний економічний університет, м. Одеса

АНОТАЦІЇ

Бойко В. С., Семенова К. Д. Аналіз світового ринку легкових автомобілів. Обґрунтовано необхідність дослідження світового ринку автомобілебудування. Проаналізовано динаміку світового виробництва легкових автомобілів за останні десять років. Визначено рейтинги країн, що є лідерами за обсягами виробництва легкових автомобілів. Проведено аналітичне дослідження динаміки виробництва легкових автомобілів у розрізі регіонів світу.

Ключові слова: автомобілебудування, тенденції, динаміка, перспективи

Бойко В. С., Семенова Е. Д. Анализ мирового рынка легковых автомобилей. Обоснована необхідність дослідження мирового рынка автомобилестроения. Проанализирована динамика мирового производства легковых автомобилей за последние десять лет. Определены рейтинги стран, являющихся лидерами по объемам производства легковых автомобилей. Проведено аналитическое исследование динамики производства легковых автомобилей в разрезе регионов мира.

Ключевые слова: автомобилестроение, тенденции, динамика, перспективы

Boyko V. S., Semenova E. D. Analysis of the world market of cars. The necessity of research of the world market of automotive industry is grounded. The dynamics of the world production of cars for the last ten years has been analyzed. The ratings of the countries that are leaders in the volume of production of cars are determined. An analytical study of the dynamics of the production of cars in the context of the regions of the world is carried out.

Keywords: automotive industry, trends, dynamics, prospects

ПОСИЛАННЯ НА РЕСУРС

Бойко, В. С. Аналіз світового ринку легкових автомобілів [Текст] / В. С. Бойко, К. Д. Семенова // Статистика – інструмент соціально-економічних досліджень : збірник наукових студентських праць. Випуск 3. Частина I – Одеса, ОНЕУ. – 2017. – С. 120 – 128.

Постановка проблеми. Розвиток світового автомобільного ринку в умовах глобалізації світової економіки представляє значний науковий і практичний інтерес, враховуючи зростаюче значення автомобілебудівного сектора для економіки країн світу і посилення конкуренції на світовому ав-

томобільному ринку. У зв'язку з цим особливої значущості набуває всебічний аналіз маркетингових інструментів та основних тенденцій розвитку світового автомобільного ринку легкових автомобілів.

Мета статті. У статті поставлене завдання на основі вивчення спеціальної літератури та електронних ресурсів офіційних світових організацій, які спеціалізуються на статистичних дослідженнях у галузі автомобілебудування, проаналізувати розвиток і сучасний стан ринків легкового автомобілебудування в країнах світу, де ця галузь в останні роки розвивається найбільш динамічно.

Виклад основного матеріалу. Одним із найбільш популярних і бажаних товарів для сучасної людини є автомобіль, який за своїми характеристиками задовольняє не тільки особисті потреби, а виступає невід'ємним інструментом економічних процесів. Масштаби сучасної автомобілебудівної промисловості вражають не лише своїм обсягом, але й динамічністю розвитку та впровадженням інновацій.

Автомобільна промисловість – унікальна галузь світової економіки, яка показує фактично постійне зростання та стимулює розвиток економіки. За останніми підрахунками у світі налічується більше 1 млрд. автомобілів, а вартість їх серійних версій може коливатися від 3 тис. дол. США (TATA Nano – Індія) до 3 млн. дол. США (Bugatti Chiron – Франція). Що стосується динаміки розвитку технологій в автомобілебудуванні, то тут ситуація відзначається ідентичними тенденціями, адже за час свого столітнього існування, автомобіль перетворився з самохідного возу в практично автономний транспортний засіб і що не менш важливо ця еволюція досі триває [1, с. 49].

Дані рис. 1. свідчать про те, що загальний обсяг світової автомобільної індустрії у період з 2005 р. по 2014 р. збільшився майже в 2 рази.

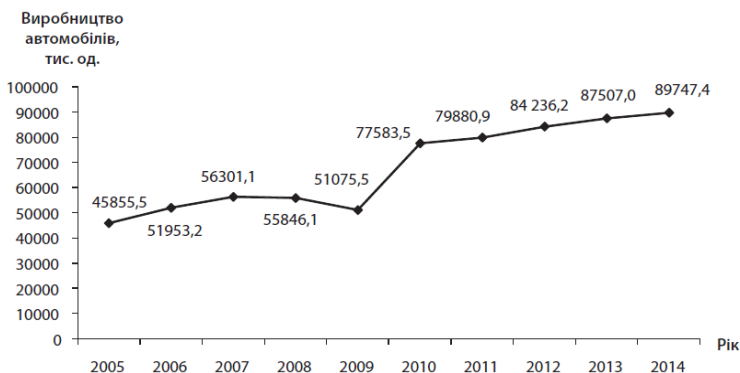


Рис.1. Динаміка світового виробництва автомобілів у 2005-2014 рр.

Як видно з рис. 2, упродовж 2005 р. і до початку світової фінансової

кризи (2008 р.) лідерство у виробництві легкових автомобілів належало таким компаніям, як «Toyota», «Volkswagen» і «General Motors», обсяги яких сягали 5-6 млн. од. на рік. Після 2009 р. позиції компаній-виробників стали дещо змінюватися з посиленням конкуренції з боку корейських марок. Так, упродовж 2009-2013 рр. Hyundai-Kia змогла продемонструвати найбільші темпи зростання і суттєво збільшила обсяги свого виробництва: з 4,22 до 6,91 млн. од., або на 60%. Також було зафіксовано збільшення обсягів виробництва легкових автомобілів у японських Toyota (з 6,15 у 2009 р. до 8,57 млн. од. у 2013 р., або на 40%), Honda (з 2,98 до 4,26 млн. од. у 2013 р., або на 40%) та американської General Motors (з 5,0 у 2009 р. до 6,73 млн. од. у 2013 р., або на 30%) [2, с.72].

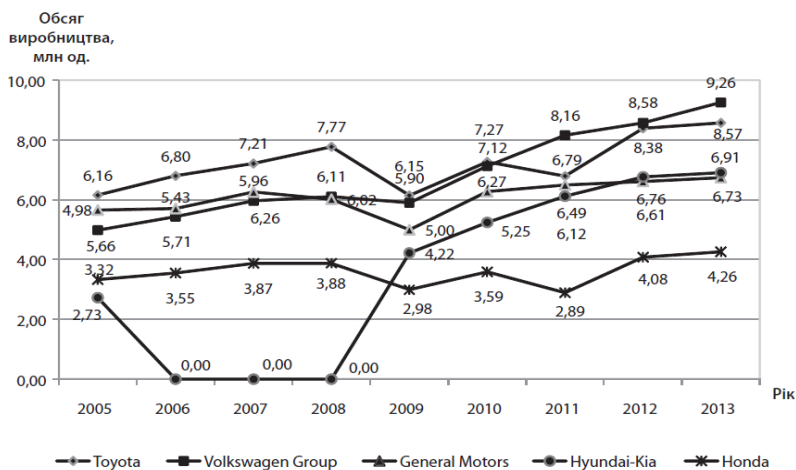


Рис. 2. Динаміка виробництва легкових автомобілів серед ТОП-5 провідних виробників світу у 2005-2013 рр.

Слід також відмітити позитивну динаміку виробництва нових автомобільних компаній Китаю в останні роки, що відображено на рис.3.

З представлених китайських виробників на рис. 3 видно, що найбільш динамічно розвивалася «GEELY», обсяги виробництва якої зросли з 802,3 тис. од. у 2010 р. до 969,9 тис. од. у 2013 р., або більш ніж на 20%. Приблизно на одному рівні як по обсягах, так і по темпах виробництва працювали компанії «DONGFENG MOTOR» і «GREAT WALL» (642,0 і 630,4 тис. од. у 2013 р. відповідно). Популярна останнім часом на європейських ринках компанія «BYD» упродовж 2011-2013 рр. теж демонструвала стабільні обсяги виробництва на рівні 0,5 млн. од., а «CHONGQING LIFAN», яка нещодавно вийшла на світові автомобільні ринки, дещо відставала від своїх китайських конкурентів, але мала високі темпи зростання виробництва і збільшила обсяги упродовж чотирьох років майже у 2,5 рази.

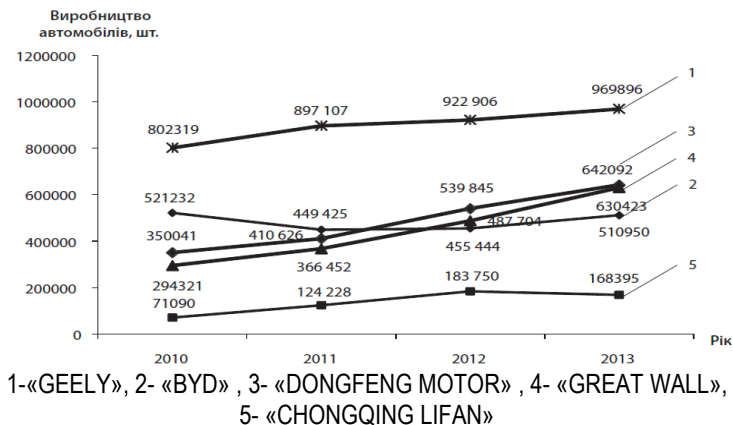


Рис. 3. Динаміка обсягів виробництва легкових автомобілів серед представників китайських компаній у 2010-2013 рр.

Слід відмітити широку географію виробництва легкових автомобілів на різних континентах світу, яка налічує понад 65 держав. Так, упродовж 2013-2014 рр. питома вага різних країн в загальносвітовому виробництві автомобілів дістала несуттєвих коливань [3, с.189]. На рис 4. відображена структура світового виробництва легкових автомобілів.

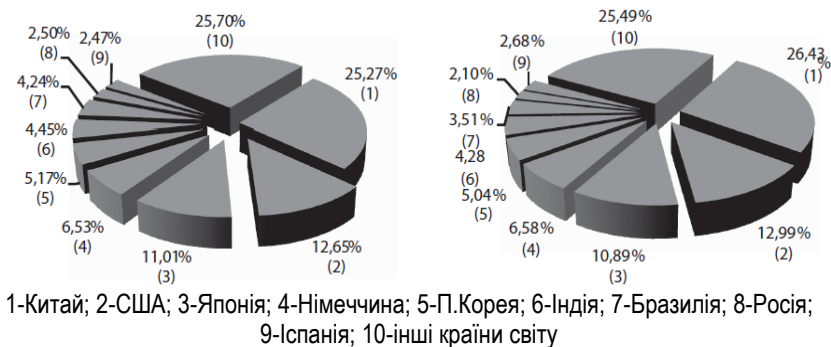


Рис. 4. Динаміка структури світового виробництва легкових автомобілів серед провідних країн світу у 2013-2014 рр.

З рис. 4 видно, що у структурі світового виробництва легкових автомобілів серед провідних країн світу упродовж 2013-2014 рр. домінували такі: Китай, який збільшив свою частку на ринку з 25,3% у 2013 р. до

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

26,4% у 2014 р., або на 1,2%; США (з 12,6% до 13,0%, або на 0,4%); Японія (з практично однаковою часткою часткою ринку на рівні 11%); Німеччина – 6,0%; Південна Корея – 5,0%, і замикають першу дев'ятку країни BRICS: Індія, Бразилія та Росія – 4,3%, 3,5% та 2,1% відповідно. Іспанія та Росія на легковому автомобільному ринку є найближчими конкурентами, як і Таїланд та Канада.

Також є необхідним виявлення платоспроможного попиту на продукцію галузі, що відображається на обсягах реалізації, тобто кількості офіційно зареєстрованих нових транспортних засобів (рис 5.)

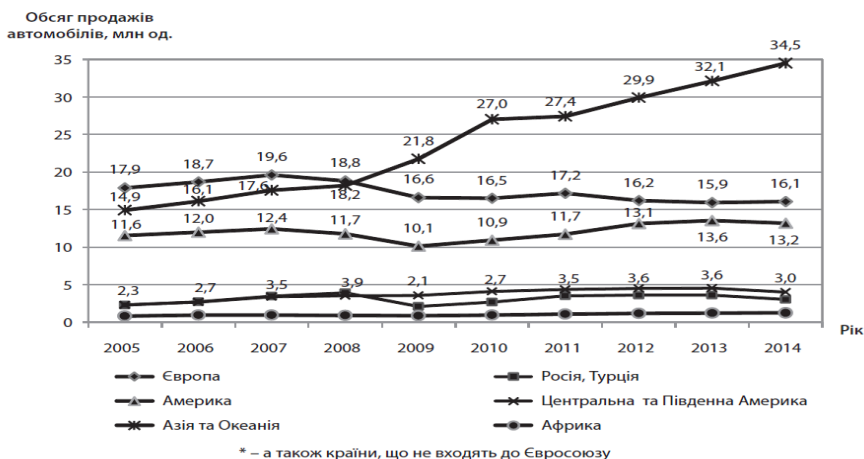


Рис. 5. Обсяг продажу легкових автомобілів по країнах світу у 2005-2014 рр.

В останні роки надзвичайно великими є обсяги продажів легкових автомобілів в Азії та Океанії, насамперед за рахунок Китайського автопрому, який останнім часом наростив потенціал виробничих потужностей і реалізовує продукцію не тільки на експорт, а й сам активно забезпечує сучасними автомобілями власне населення та Тихоокеансько-Азіатський регіон. В Європі обсяги продажів легкових автомобілів щорічно збільшувалися до початку світової фінансової кризи, після чого, починаючи з 2009 р. і по 2014 р. стабілізувалися в середньому на рівні 16,4 млн. од. на рік. Загалом у цьому регіоні обсяги продажів автомобілів збільшилися з 14,9 млн. од. у 2005 р. до 34,5 млн. од. у 2014 р., або майже у 2,5 рази. Нижчими були продажі в Америці, які спочатку падали з 2007 р. до 2009 р., а потім мали стабільну тенденцію до зростання з 10,1 млн. од. у 2009 р. до 13,2 млн. од. у 2014 р. У Росії, Туреччині, а також у країнах, що не входять до Євросоюзу, продажі легкових автомобілів мали несуттєві коливання та стабілізувалися після 2009 р. у середньому на рівні 3,5 млн. од. Традиційно низькою є купівельна спроможність в Африці, де обсяги продажів ав-

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

томобілів почали перевищувати 1 млн. од. лише у 2011 р.

Результат таких високих обсягів продажів у зазначених регіонах світу, а, відповідно, у провідних країнах-виробниках, напряму залежить від надширокого асортименту автомобільної продукції, що надають споживачеві такі гіганти сучасної автоіндустрії, як німецький «Volkswagen», японські «Honda», «Toyota», «Mitsubishi», «Suzuki», корейські «Hyundai» та «KIA», американський «Ford» та інші.

Про це свідчать дані розподілу легкових автомобілів лише в одному сегменті класу «В» залежно від країни-розробника (табл. 1) [4, с.110].

Таблиця 1

Розподіл легкових автомобілів у сегменті класу «В»
залежно від країни, з якої походить марка

Назва марки та моделі	Країна-розробник марки/ бренда	Країна-виробник у Європі та Євросоні
1. HondaJazz	Японія	Великобританія, Німеччина
2. MitsubishiColt		Італія, Нідерланди
3. NissanMicra		Іспанія, Великобританія
4. SuzukiSwift		Угорщина, Нідерланди, Іспанія
5. Toyota Yaris III		Франція, Великобританія, Туреччина, Чехія
1. Citroen C3	Франція	Франція, Великобританія, Іспанія, Чехія, Португалія
2. Peugeot 206		Франція, Словаччина, Іспанія, Туреччина, Великобританія, Чехія, Португалія
3. RenaultClio		Франція, Румунія, Іспанія, Великобританія, Росія, Туреччина
1. OpelCorsa	Німеччина	Німеччина, Іспанія, Польща, Франція
2. VolkswagenPolo		Німеччина, Іспанія, Польща, Франція, Португалія, Словаччина, Бельгія
1. HyundaiGetz	Корея	Туреччина, Україна
2. KIA Rio		Словаччина, Україна

Із табл. 1 також видно, на скільки розгалуженою є мережа дилерських центрів та розповсюджуючого потенціалу автокомпаній, які концентрують свої виробництва у багатьох країнах світу, а не тільки у власній державі.

Автомобільний ринок України донедавна динамічно розвивався, проте з початком військової агресії на сході України економіка держави значно впала, що і призвело до падіння попиту та пропозиції на усі товарні групи, не пов'язані з військовими потребами, на внутрішньому ринку України. У таких умовах поведінка споживачів на автомобільному ринку також змінилася, змінилося їх ставлення до покупок автомобілів загалом і окремих брендів зокрема. Тому важливо, щоб суб'єкти автомобільного ринку постійно моніторили попит споживачів та аналізували стан автомобільного ринку.

Аналіз попиту споживачів на ринку нових легкових автомобілів упродовж 2010-2014 рр. засвідчив значні зміни у вподобаннях українців. Так, ті марки автомобілів, що у 2010 р. займали перші місця, у 2014 р. перемістились у другу десятку. Український виробник «АвтоВАЗ», який у 2010 р. займав перше місце по продажу на автомобільному ринку з часткою 15,3%, у 2014 р. вже був на 12 місці з часткою 2,6%. Тобто він втратив 12,7% ринку за 5 років. Серед імпортних марок свої місця в рейтингу втратили «Chery» (з 6 місця у 2010 р. до 28 місця у 2014 р. (-3,9%)), «Chevrolet» (з 5 до 22 місця відповідно (-3,8%)) та «Mitsubishi» (з 7 до 14 місця відповідно (-2,6%)). «Hyundai» також втратив 3% ринку, однак на рейтингу це майже не позначилось. Натомість за цей період деяким іномаркам вдалося завоювати український ринок. Так, «Geely» суттєво піднявся у рейтингу – з 14 місця у 2010 р. до 2 у 2014 р. (збільшення частки ринку на 7,1%). «Toyota» показала зростання на 4,3% (з 4 на 1 місце), «Volkswagen» – на 2,6% (з 13 на 5 місце), «Nissan» – на 1,5% (з 12 на 8 місце) тощо.

Зміна операторів і наповнення українського ринку автомобілів іншими марками відбулося завдяки продуманій маркетинговій політиці їх автотрейдерів і дистриб'юторів. Тобто відбулося заміщення попиту з автомобілів українського та російського виробництва на імпортні. У 2015 р. кількість зареєстрованих продажів легкових автомобілів знизилась порівняно з 2014 р. на 52% і склала 46 546 авто (рис. 6).

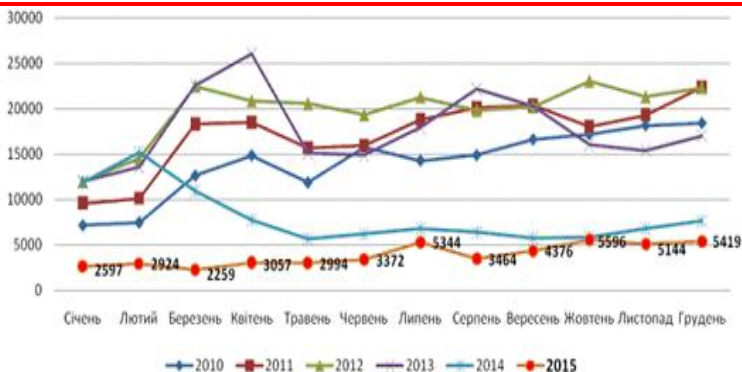


Рис. 6. Динаміка продажу нових легкових автомобілів в Україні, шт.

За кількістю проданих автомобілів найпопулярнішим брендом у 2015 р. була японська Toyota (4903 штук), зокрема за рахунок постачань автомобілів Міністерству внутрішніх справ України за «кіотські» кошти, однак все ж це на 52% менше порівняно з 2014 р. На другій сходинці розташувався французький автобренд Renault. Річний обсяг продажів цих автомобілів у 2015 р. склав 4215 шт., що на 20% менше, ніж у 2014 р. Автомобілі Запорізького автомобільного заводу з показником 2868 проданих ЗАЗів (мінус 64% до 2014 р.) опинились на третьому місці. Четверту сходинку українського рейтингу посів Nissan з обсягом продажів у 2659 авто. Від свого минулорічного результату Nissan відстав на 44%. Замикає ТОП-5 2015 року Ford – 2608 продажів (падіння на 42% до 2014 р.). У 2015 р. на ринку нових легкових автомобілів найпопулярнішою моделлю стала Renault Logan. Так, за рік в Україні було зареєстровано 1639 первинних продажів нових Renault Logan.

На сьогодні ринок автомобілів в Україні перебуває на стадії уповільнення темпів розвитку. Це насамперед відобразилося на кількості продажів автомобілів. Однак, ринок автомобілів є не монопольним, а конкурентним, а це надає споживачам в нашій країні вибір під час придбання автомобіля.

Висновки. Аналіз стану і розвитку автомобілебудування та світових ринків легкової автопродукції показав, що на теперішній час країнами-лідерами з виробництва автомобілів є країни, економіка яких стрімко розвивається. Це Китай, Бразилія, Японія та Індія, а також розвинуті країни – США, Південна Корея, Росія, Іспанія, Франція, Німеччина, Великобританія.

Світова фінансова криза 2008-2009 рр. позначилася на обсягах виробництва легкових автомобілів як у світі в цілому, так і у всіх зазначених вище країнах, які відрізнялися незначними коливаннями. Світовій автомобільній індустрії потрібно було лише рік для відновлення рівня у докризовий період, а стрімкий розвиток китайського автопрому підтвердив зро-

стають конкурентоспроможність їх продукції, що відобразилася на обсягах продажів та високому попиту.

Перша п'ятірка лідерів світового автомобільного ринку виглядає таким чином: «Toyota» (Японія), «Volkswagen Group» (Німеччина), «General Motors» (США), «Hyundai-Kia» (Південна Корея) та «Honda» (Японія).

Високий рівень попиту на автомобільну продукцію в зазначених країнах підтвердив високий платоспроможний попит на популярні моделі в країнах Євросоюзу, а також виявив домінування популярності китайських виробників, які переважну більшість своєї продукції експортують.

ЛІТЕРАТУРА

1. Кизим М. О. Перспективи розвитку та державна підтримка виробництва цивільних літаків в Україні : монографія / М. О. Кизим, І. Ю. Матюшенко, В. С. Купріянова. – Х. : ВД «ИНЖЕК», 2012. – 228 с.

2. Брюховецкая Н. Е. Анализ ведущих производителей легковых автомобилей на мировых рынках / Н. Е. Брюховецкая // Бизнес Информ. – 2010. – № 8. – С. 119–124.

3. Бубнов Ю. В. Анализ мирового рынка легковых автомобилей / Ю. В. Бубнов, А. О. Кизим, Н. О. Старкова // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2013. – № 88(04) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ej.kubagro.ru/2013/04/pdf/25.pdf>

4. Хаустова В. Е. Моделирование маркетинговой стратегии предприятия на рынках продукции производственно-технического назначения : монография / В. Е. Хаустова, Ю. А. Лидовский. – Х. : ИД «ИНЖЕК», 2004. – 176 с.

5. Мороз Л. А. Тенденції розвитку українського автомобільного ринку і маркетингова комунікаційна політика його учасників / Л. А. Мороз // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика. – 2012. – № 735. – С. 154–159.

6. Брюховецька Н. Ю. Вплив світової фінансової кризи на стан автомобільного ринку України / Н. Ю. Брюховецька // Проблеми економіки. – 2009. – № 4. – С. 19–23.

7. Підгорний А. З. Статистичні методи в управлінні розвитком регіону : монографія // А. З. Підгорний, О. В. Самоєнкова, О. Г. Милашко та ін. – Одеса : ФОП Гуляєва В. М., 2016. – 218 с.

8. Самоєнкова, О. В. Економічна статистика: навчальний посібник / О. В. Самоєнкова, Ю. О. Ольвінська. - Одеса: ОДЕУ, 2010. – 182 с.

9. Підгорний А. З. Статистика: навчальний посібник / А. З. Підгорний, І. Г. Готліб, К. В. Вітковська [та інші] / за ред. А. З. Підгорного. - Одеса, 2013. – 106 с.