

УДК 629.33:65.016.3(477)

Латишев К. О.

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського

ЗАНЕПАД АВТОМОБІЛЕБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ: ПРИЧИНИ, СТАН ТА ШЛЯХИ РЕАНІМУВАННЯ

У статті висвітлено причини занепаду вітчизняної автомобілебудівної галузі. Проаналізовано сучасний стан та динаміку попиту на продукцію автомобілебудування. Запропоновано заходи щодо реанімування даної галузі.

Ключові слова: автомобілебудування, потенціал, інноваційна активність, державна підтримка.

Постановка проблеми. Автомобілебудування є однією з найважливіших галузей промисловості, що зумовлено її комплексним характером. У розвинутих країнах ця галузь є стратегічною, оскільки забезпечує розвиток багатьох суміжних галузей економіки, освоєння високих технологій, створення складного кінцевого продукту з високою часткою доданої вартості, а також зайнятість населення і належні відрахування до бюджетів усіх рівнів. Україна має в наявності розвинений автомобілебудівний комплекс, однак за якісними характеристиками та кількісними параметрами він не відповідає світовим стандартам, нормам і тенденціям. Було вжито спроби знайти власну нішу в автомобілебудуванні в різних сегментах. Хоча за понад двадцять п'ять років незалежності вітчизняний автопром не зміг здійснити інтеграцію в європейську та світову автомобільну індустрію, що не дало змоги створити самодостатню галузь. Зважаючи на вищезазначені аргументи, виникає необхідність в обґрунтуванні та висвітленні основних причин кризи автомобілебудування та шляхів її подальшого розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблем у галузі вітчизняного автомобілебудування приділяли значну увагу багато українських вчених. Так, А. Бондаренко, І. Златова, О. Кривоконь, О. Марущак, М. Окландер, Г. Прохницька, В. Терлецька та О. Юринець наголошують на наявності потенціалу в галузі, але виділяють проблему неправильного його використання. На думку Н. Балабанової, Т. Радіщук та М. Хаванової, основними причинами кризового стану галузі є відсутність власної конструкторської думки та низька інноваційна активність підприємств. Незрозуміле нормативно-правове законодавство та відсутність відкритої державної бази даних і здійснення моніторингу науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт є, на думку О. Мазуренко та Ю. Пиріжкової, найбільш стримуючими факторами розвитку автомобілебудівної галузі країни.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проте вчені не приділяють достатньої уваги проблемам, які створюють низький попит на автомобілі вітчизняного виробника: відсутність унікальних вітчизняних технологій, значне технологічне відставання від розвинених країн, системні проблеми галузі, успадковані від СРСР, відсутність практики конкурентних відносин, що залишають ключову галузь промисловості в самоізоляції.

Мета статті полягає у виявленні істини суджень на предмет наявності (відсутності) потенціалу автомобілебудівного комплексу, який не пройшов «точку неповернення», тобто можливість реанімації «хворої» галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нині Україна перебуває у надзвичайно складній

економічній ситуації. Вітчизняні підприємства автомобілебудівної галузі поступово втрачають свій потенціал, повільно адаптуючись до коливань ринкової кон'юнктури, та демонструють переважно екстенсивний розвиток із низкою негативних детермінант, які зумовлюють експансію кризових явищ у галузі. За роки трансформації національної економіки вітчизняне автомобілебудування так і не змогло реалізувати свій потенціал. Вищезазначене зумовлює проведення аналізу тенденцій функціонування вітчизняної автоіндустрії для визначення основних причин занепаду провідної галузі машинобудівного комплексу.

Під час проведення маркетингового дослідження ринків збуту продукції автомобілебудівних підприємств України О. Янковим та О. Яшкіною було визначено, що одним із ключових факторів низької конкурентоспроможності вітчизняної автомобілебудівної продукції на міжнародних ринках є той факт, що підприємства галузі інноваційні витрати спрямовують не на технічні інновації (придбання машин та устаткування, проведення науково-дослідних робіт), а на рекламу, просування, збут продукції [1, с. 73–74].

Однак виникає питання: чому вітчизняні підприємства втрачають позиції на внутрішньому ринку, де одним з основних замовників є держава? Особливою гостроти окреслена проблема набуває в останні два роки, коли Україна зіткнулася зі значними перебоями у торгівлі з Російською Федерацією у зв'язку з нинішньою політичною напруженістю. З моменту підписання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС пройшло більше двох років, але ключова галузь промисловості не тільки не змогла адаптуватися до конкурентних викликів європейського ринку, але й утратила позиції на внутрішньому ринку.

На думку О. Юринець та О. Марущак, автомобілебудівна галузь України має специфічний характер через неефективне використання наявних ресурсів. Першочерговою причиною їх неефективного використання є застарілі технології та обладнання для виготовлення автомобілів [2, с. 100]. Учені підкреслюють наявність виробничого потенціалу, але невміння його використання або невіра в його можливості спричиняє кризові явища в галузі.

О. Кривоконь та А. Бондаренко вважають, що Україна, маючи величезний потенціал, не в змозі конкурувати на міжнародному рівні в галузі автомобілебудування. Дослідники розглядають проблему виведення вітчизняної автомобільної промисловості на якісно новий рівень через залучення світового досвіду розвитку автомобільної галузі [3, с. 14].

Вивчаючи кон'юнктуру глобального ринку легкових автомобілів, Г. Прохницька стверджує, що за роки незалежності Україна суттєво просунулася

на шляху до інтеграції у світовий автомобільний ринок, на якому вона зайняла досить активну позицію, особливо в країнах СНД [4, с. 3]. Неможливо погодитися з думкою вченої щодо суттєвого просування вітчизняних виробників на світовий ринок автоіндустрії. Дійсно, вітчизняні виробники займали активну позицію на автомобільному ринку країн СНД, особливо на ринку Російської Федерації, але цей факт значною мірою пояснюється продовженням існування тривалих економічних зв'язків, доброму знанню торговельних партнерів, спільним стандартам виробництва продукції, адаптованої до вимог замовників, а ніяк не інтеграційними процесами у світовий простір.

Більш переконливою є думка, що попит в Росії змістився в бік автовиробників західноєвропейських та азійських марок (часто вироблених на заводах Росії, що були побудовані компаніями-виробниками), а українські постачальники так і не зуміли реалізувати свій потенціал та не стали важливою частиною ланцюжка поставок у виробництві автомобілів до Росії [5, с. 8]. У цьому контексті вірогіднішою є диверсифікація експорту, проведення якої зменшує залежність від одного ринку, а отже, й залежність від ризиків, які притаманні колишньому цільовому ринку.

На думку М. Окландера, однією з причин ослаблення потенціалу вітчизняної автомобільної індустрії є дуалістичний характер протекціоністських заходів щодо захисту вітчизняних автовиробників від конкуренції з боку іноземних компаній. Запровадження тимчасових фіскальних мит на імпорт забезпечило позитивний ефект за рахунок упровадження на перших етапах протекціоністських заходів, що тимчасово збільшило попит на вітчизняний продукт автопрому. Але українські автовиробники, не маючи стимулу до вдосконалення своєї продукції і виробництва, а також розширення модельного ряду, згодом просто почали використовувати ці ціноутворюючі переваги для збільшення норми прибутку в короткостроковій перспективі. На практиці ці обмеження імпорту мали вводитися разом із програмою розвитку вітчизняного автомобільного виробництва і збільшенням вимог до екологічних показників, а також показниками безпеки українських автомобілів [6, с. 158–159].

Протилежну позицію має В. Терлецька, яка виділяє серед сприятливих передумов розвитку автомобілебудування вітчизняну науково-дослідну базу, достатню чисельність кваліфікованих кадрів та великий ринок збуту продукції. Проблема активізації економічного розвитку автомобілебудування, на її думку, полягає у відсутності системного підходу до поєднання трьох аспектів: аналізу стану діяльності підприємств галузі; виокремлення основних чинників впливу; визначення пріоритетів розвитку [7, с. 292].

Схожість вищенаведених думок учених полягає в тому, що вони визнають наявність виробничого потенціалу вітчизняної автомобілебудівної галузі. Але за останні три роки значно поширився відтік кваліфікованої робочої сили у бік європейських країн, що є однією з ключових причин застою вітчизняної автоіндустрії. Автовиробники не знайшли нових ринків збуту після відмови російського споживача, не проявляли інноваційної активності, не залучали світовий досвід, чим спричинили тотальну кризу галузі.

Серед ключових проблем, що призвели до відчутного падіння обсягів виробництва автомобілебудування, М. Хаванова виділяє: по-перше, від-

сутність повного циклу виробництва автомобілів, власної конструкторської школи та перспективних напрацювань; по-друге, залежність галузі від кулуарних політичних рішень, що гальмує входження до неї іноземних інвестицій; по-третє, застарілість наявних технологій та обладнання для виготовлення автомобілів [8, с. 86–87]. Погоджеться із цим Т. Радіщук, зазначаючи, що вітчизняний ринок автомобілебудування не зосереджує фінансові та інтелектуальні ресурси на провідних напрямках науково-технічного прогресу. Висока вразливість галузі в умовах невизначеності значною мірою зумовлена зволіканням технологічного переозброєння, низькою інноваційною активністю підприємств, браком власних оригінальних розробок [9].

Схожу думку щодо причин критичного стану автомобілебудівної галузі має Н. Коваленко, який стверджує, що вітчизняному автомобілебудуванню притаманні незначна кількість робочих місць, високий ступінь зношення основних фондів та дуже помірне відновлення обсягів виробництва на фоні стрімкого зростання частки імпорту в структурі внутрішнього ринку [10, с. 106]. Спираючись на це, дослідник робить висновок, що у найближчі десятиліття Україна не в змозі відродити та забезпечити ефективне функціонування вітчизняних автомобілебудівних підприємств – від розробки до впровадження, – щоб конкурувати зі світовими виробниками.

Вчені лише констатують наявність проблем, які спричинили кризову ситуацію в галузі, але виробники потребують допомоги у вирішенні вищезазначених проблем. Слід зазначити, що в Україні є достатня кількість закладів, які готують кваліфіковані кадри для галузі, тому вкрай необхідним є відродження зв'язку «наука – виробництво», який би міг надати поштовх для розвитку інноваційної діяльності підприємств галузі. Необхідно також залучати іноземний досвід конструкторської думки країн – лідерів світової автоіндустрії до процесу підготовки кадрів.

Занепад галузі підтверджується через призму емпіричних даних щодо виробництва автомобілебудівної продукції всіх сегментів за останнє п'ятиріччя (табл. 1) [11].

Можна стверджувати, що стан виробництва автомобільної галузі характеризується скороченням обсягів виробництва в декілька разів. У 2014 р. лише в одного виробника намітилася тенденція до зростання виробництва порівняно з попереднім роком – це виробник комерційних автомобілів ПАТ «АвтоКРАЗ». Відносна стабільність виробництва на підприємстві спостерігається за рахунок диверсифікації продукції автозаводу. Протягом 2014 р. компанія почала виконувати державне замовлення для оборонного комплексу, чого не було на протязі всієї історії незалежної України.

Сучасний стан автомобілебудування в країні характеризується різким падінням виробництва, насамперед легкових автомобілів. Розглядаючи ринок легкових автомобілів та перспективи його розвитку в Україні, О. Дима стверджує, що купівельна спроможність населення різко знизилася і при цьому переважна більшість автомобілів імпортується. Дослідження дають автору змогу зробити висновок щодо зміни споживачьких вподобань у бік вторинного ринку. Вчений наголошує на факті збереження високого попиту на автомобілі та на зниження купівельної спроможності споживачів, які готові купувати іноземні

Таблиця 1

Динаміка виробництва автомобілів усіх сегментів в Україні за 2010–2014 рр., шт.

Компанії	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.
ПАТ «АЗ»: <ul style="list-style-type: none"> - легкові - комерційні - автобуси 	45465 42266 2855 344	60862 59360 1202 300	41543 39917 957 669	20301 19257 747 297	13127 12779 317 31
ПАТ «АвтоКрАЗ»: <ul style="list-style-type: none"> - легкові - комерційні - автобуси 	1092 - 1092 -	1018 - 1018 -	808 - 808 -	930 - 930 -	1388 - 1388 -
Корпорація «Богдан»: <ul style="list-style-type: none"> - легкові - комерційні - автобуси 	21317 19190 1213 914	21034 20240 650 144	13365 12034 876 455	6737 5958 284 495	2185 1999 122 64
ПрАТ «Бориспільський автозавод»: <ul style="list-style-type: none"> - легкові - комерційні - автобуси 	845 - 147 698	1395 - 232 1163	1543 - 277 1266	827 - 125 702	110 - - 110
ПрАТ «Чернігівський автозавод»: <ul style="list-style-type: none"> - легкові - комерційні - автобуси 	310 - - 310	571 - - 571	169 - - 169	281 - - 281	201 - 16 185
ТОВ ВО «КрАЗ»: <ul style="list-style-type: none"> - легкові - комерційні - автобуси 	6341 6341 - -	6529 6329 200 -	3280 3180 100 -	9049 9049 - -	7514 7514 - -
ПрАТ «Єврокар»: <ul style="list-style-type: none"> - легкові - комерційні - автобуси 	7464 7464 - -	11656 11656 - -	14556 14556 - -	11494 11494 - -	3649 3649 - -
ПАТ «Часівоярські автобуси»: <ul style="list-style-type: none"> - легкові - комерційні - автобуси 	319 - - 319	551 - - 551	248 - - 248	316 - - 316	169 - - 169
ПАТ «Черкаський автобус»: <ul style="list-style-type: none"> - легкові - комерційні - автобуси 	846 - 113 733	857 - 29 828	825 - 124 701	547 - 158 389	408 - 89 319
ПАТ «Автомобільний завод «АнтоРус»: <ul style="list-style-type: none"> - легкові - комерційні - автобуси 	66 - - 66	84 - - 84	1 - - 1	- - - -	- - - -
ЗАТ «ЛАЗ»: <ul style="list-style-type: none"> - легкові - комерційні - автобуси 	89 - - 89	97 - - 97	- - - -	- - - -	- - - -
ВСЬОГО: <ul style="list-style-type: none"> - легкові - комерційні - автобуси 	83308 75261 5307 2740	104654 97585 3331 3738	76338 69687 3142 3509	50482 45758 2244 2480	28751 25941 1932 878

автомобілі з пробігом, які мають нижчу ціну порівняно з новими вітчизняними [12, с. 45–47]. Погоджуючись із вагомістю вторинного ринку, О. Том'юк стверджує, що така тенденція на ринку не обіцяє успіху вітчизняним автомобілебудівним підприємствам. Також дослідниця вважає, що через слабкий рівень технологічної оснащеності та через відсутність ефективної маркетингової стратегії підприємств галузі їхня продукція є неконкурентоспроможною [13, с. 83].

Ю. Пиріжкова, досліджуючи особливості правового регулювання конкурентоспроможності автомобілебудівних підприємств, звертає увагу на відсутність відкритої державної бази даних та здійснення моніторингу науково-технічних розробок у сфері автомобілебудування для його вдосконалення, а також пропонує затвердити процедуру отримання державних грантів для ведення науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт із розробки автомобільної техніки та її компонентів [14, с. 109]. У цьому контексті О. Мазуренко наголошує на нечіткому та незрозумілому нормативно-правовому законодавстві, що має переважно декларативний характер, відштовху-

ючи від країни іноземних інвесторів. Він вважає, що задля виходу з кризового стану вітчизняного автопрому необхідно реформувати наявну нормативно-правову базу галузі відповідно до діючих та перспективних вимог Європейського Союзу і світових стандартів [15, с. 113]. Дослідники розглядають проблему оздоровлення галузі у різних ракурсах: у першому випадку акцент робиться на відсутність зв'язку науки та виробництва; у другому – на пристосування нормативно-правової бази до світових вимог та стандартів, що підкреслює намір розвитку країни в європейському векторі.

Висновки. Отже, можна стверджувати, що країна з наявним потенціалом у галузі автомобілебудування не використовує його відповідним чином. Характерною рисою автомобілебудівної галузі України є діалектика, яка полягає у наявності потенціалу і стратегічному положенні галузі, з одного боку, та у тотальній її кризі і відсутності інтеграції у світову автомобільну індустрію – з іншого. Відсутність активного інноваційного процесу у сфері автомобілебудування унеможлиблює економічний розвиток галузі.

За таких обставин можливістю для розвитку вітчизняного автомобілебудування є використання науково-технічних досягнень країн ЄС та плідна співпраця у векторі «наука – виробництво», яка практично відсутня. Також вважаємо необхідним активне втручання держави як головного інвестору ключової галузі промисловості з високою доданою вартістю, що є запорукою реалізації її потенціалу.

Список літератури:

1. Янковий О.Г. Маркетингове дослідження ринків збуту автомобілебудівних підприємств України / О.Г. Янковий, О.І. Яшкіна // Економіка: реалії часу. – 2014. – № 5(15). – С. 70–75.
2. Юринець О.В. Тенденції та перспективи розвитку автомобілебудівної галузі України у післякризовий період / О.В. Юринець, О.Я. Марущак // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2013. – № 754. – С. 99–105.
3. Кривоконь О.Г. Український та світовий досвід розвитку автомобільної промисловості / О.Г. Кривоконь, А.І. Бондаренко // Вісник Харк. нац. автомоб.-дор. ун-ту. – 2012. – Вип. 56. – С. 14–19.
4. Прохницька Г.Л. Кон'юнктура глобального ринку легкових автомобілів : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.02 / Г.Л. Прохницька ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. – К., 2009. – 20 с.
5. Сектор машинобудування в Україні: стратегічні альтернативи і короткострокові заходи з огляду на припинення торгівлі з Росією. Серія консультативних робіт [РР/02/2014] / Д. Шаха, Р. Джуччі, Д. Науменко, А. Ковальчук ; Інститут економічних досліджень та політичних консультацій. Німецька консультативна група. – Берлін/Київ, серпень 2014 р. – 17 с.
6. Окландер М.А. Мировые и украинские тенденции развития автомобильного рынка (раздел 4.1) / М.А. Окландер, И.А. Златова // Социально-экономические векторы в развитии национальных экономик: Болгария, Украина : [монография] ; под общ. ред. А. Шубина ; Экономический университет – Варна ; Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского. – Донецк : Восточный издательский дом, 2014. – С. 157–172.
7. Терлецька В.О. Аналіз стану зовнішньоекономічної діяльності автомобілебудівної галузі України / В.О. Терлецька // Науковий вісник НЛТУ України. – 2014. – Вип. 24.7. – С. 291–297.
8. Хаванова М.С. Стратегічне управління фінансово-економічною безпекою підприємства (на прикладі автомобілебудівних підприємств) : дис. ... канд. екон. наук : спец. 21.04.02 / М.С. Хаванова. – К. : КРОК. 2015. – 218 с.
9. Радіщук Т.П. Моделювання пропозиції продукції автомобілебудування в умовах невизначеності / Т.П. Радіщук // Ефективна економіка. – 2015. – № 10 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4410>.
10. Коваленко Н.М. Розвиток зовнішньоекономічного потенціалу вітчизняних автомобілебудівних підприємств в умовах інтеграції України в ЄС / Н.М. Коваленко // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». – 2014. – Вип. 9. – Ч. 4. – С. 104–108.
11. Асоціація автовиробників України «УкрАвтопром» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrautoprom.com.ua/statistika.
12. Дима О.О. Ринок легкових автомобілів та перспективи його розвитку в Україні / О.О. Дима // Вісник Львівської комерційної академії. – Львів : ЛКА, 2014. – Вип. 46. – С. 44–49.
13. Том'юк О.Я. Маркетингове забезпечення конкурентоспроможності продукції автомобілебудівних підприємств : дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.04 / О.Я. Том'юк. – Львів : Львівська політехніка, 2016. – 210 с.
14. Пиріжкова Ю.В. Особливості правового регулювання конкурентоспроможності автомобілебудівних підприємств в Україні: сучасний правовий аналіз / Ю.В. Пиріжкова // Вісник Запорізького нац. ун-ту. Юридичні науки. – 2009. – № 1. – С. 106–110.
15. Мазуренок О.Р. Особливості формування законодавчо-нормативної бази розвитку сектору машинобудування (на прикладі автопрому) / О.Р. Мазуренок // Вісник СумДУ. Серія «Економіка». – 2012. – № 2. – С. 105–115.

Латышев К. А.

Кременчугский национальный университет имени Михаила Остроградского

УПАДОК АВТОМОБИЛЕСТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ УКРАИНЫ: ПРИЧИНЫ, СОСТОЯНИЕ И ПУТИ РЕАНИМИРОВАНИЯ

Резюме

В статье освещены причины упадка отечественной автомобилестроительной отрасли. Проанализированы современное состояние и динамика спроса на продукцию автомобилестроения. Предложены мероприятия по реанимированию данной отрасли.

Ключевые слова: автомобилестроение, потенциал, инновационная активность, государственная поддержка.

Latyshev K. O.

Kremenchuk Mykhailo Ostrogradskyi National University

DISTRESSED OF AUTOMOBILE INDUSTRY: REASONS, CONDITION AND WAYS OF REANIMATE

Summary

Article deals the reasons for the decline of the domestic automobile building industry. Current state and dynamics of demand for automobile products was analysed. Measures for reanimate of «sick» industry was proposed.

Keywords: automobile building, potential, innovative activity, state support.