

УДК 338.658

РИНОК ПАСАЖИРСЬКОГО ТРАНСПОРТУ – ІННОВАЦІЙНІ ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Єременко І.В.

У статті класифіковано основних українських виробників пасажирського транспорту загального користування. Проаналізовано показники виробництва автобусів та показники пасажироперевезень. Охарактеризовано стан ринку пасажирського транспорту України, зокрема ринку автобусів. Запропоновано концептуальні інноваційно-логістичні засади формування ринку пасажирського транспорту.

Ключові слова: *автомобілебудування, пасажирський транспорт, автобус, ринок автобусів, перевезення пасажирів, інноваційно-логістичні засади.*

ВСТУП

Автомобілебудівна галузь є однією із основних галузей України, що включає підприємства з виробництва легкових, вантажних та спеціалізованих автомобілів, автобусів усіх класів, різного типу деталей та комплектуючих. На фоні загального спаду виробництва у 90-х рр. багато підприємств автомобілебудівної галузі опинилися на межі банкрутства. В зв'язку з тим, що рівень технологічних розробок галузі, значно відставав від світових, виникла не лише виробнича проблема, а і проблема формування інноваційно-логістичних засад ринку пасажирського транспорту, і, крім того, потреба модернізації галузі. Це могло б забезпечити певні конкурентні позиції виробників на відповідних ринках.

Якщо на сучасному етапі ринок автомобілів порівняно стабільно розвивається навіть в умовах економічного та виробничого спаду інших галузей національної економіки, то ринок пасажирського

транспорту загального користування (автобусів та тролейбусів) цікавить лише виробників, перевізників та деякі консалтингові агентства.

Потрібно відзначити, що державна підтримка в даний час оминає підприємства, з виготовлення автобусів будь-якого класу. Наведені вище негативні чинники вимагають детального аналізу та вивчення ринку автобусів, оскільки вони впливають на розвиток, стабільність та конкурентноздатність як продукції так і виробника. Ці та інші обставини обумовлюють актуальність та своєчасність дослідження та розробки концепції інноваційно-логістичних засад формування ринку пасажирського транспорту загалом.

Проблеми, що існують в даний час на вітчизняному ринку автотранспорту, висвітлені у працях такого відомого вітчизняного вченого, як Балицький Є. В.[1]. Інноваційний аспект дослідження механізмів ефективного новітнього підходу формування ринку на сучасних вітчизняних підприємствах, що є універсальним для усіх галузей, і який успішно можна застосовувати також для формування ринку пасажирського транспорту підприємств автомобілебудівної галузі, розглянули у

Єременко Ірена Валеріївна, аспірант кафедри Менеджменту у виробничій сфері, факультету Управління та бізнесу у виробництві, Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, тел. (097) 261-03-70, e-mail: irene_y@meta.ua

своїх працях Волкова О. І. та Денисенко М. П., [2], Ілляшенко С. М. [3], С. Д. Ільєнкова [4] та інші.

Як відомо, більша частина виробників пасажирського транспорту працює на половину своїх потужностей, в тому числі і виробничих; державні автопарки заповнені застарілою технікою, яку давно слід оновлювати; перевізники пасажирів користуються імпоротною і не новою технікою (більшість наявних автобусів раніше були у користуванні за кордоном не менше 5-7 років), при наявності не гіршої, а навіть у дечому кращої вітчизняної техніки; все більша кількість виробників починає працювати на експорт своєї продукції, а держава закуповує техніку імпортного виробництва. Згадані тенденції вітчизняного ринку пасажирського транспорту мають місце у діяльності компаній по виробництву автобусів.

Загалом, пропонувані організаційні засади, забезпечення автобусами вітчизняного автомобілебудування та бувших у користуванні за кордоном, у логістичному контексті (рис. 1), дозволяють здійснювати планування виробництва автобусів у відповідності до потреб національної економіки.

Метою статті є: охарактеризувати стан ринку автобусів України, класифікувати основних українських виробників, проаналізувати показники виробництва автобусів за останні роки, встановити співвідношення експорту–імпорту транспортних одиниць у відсотковому еквіваленті та кількісні показники пасажироперевезень за 1990-2010 рр. Запропонувати концептуальні інноваційні засади формування ринку пасажирського транспорту у інноваційно-логістичному контексті.

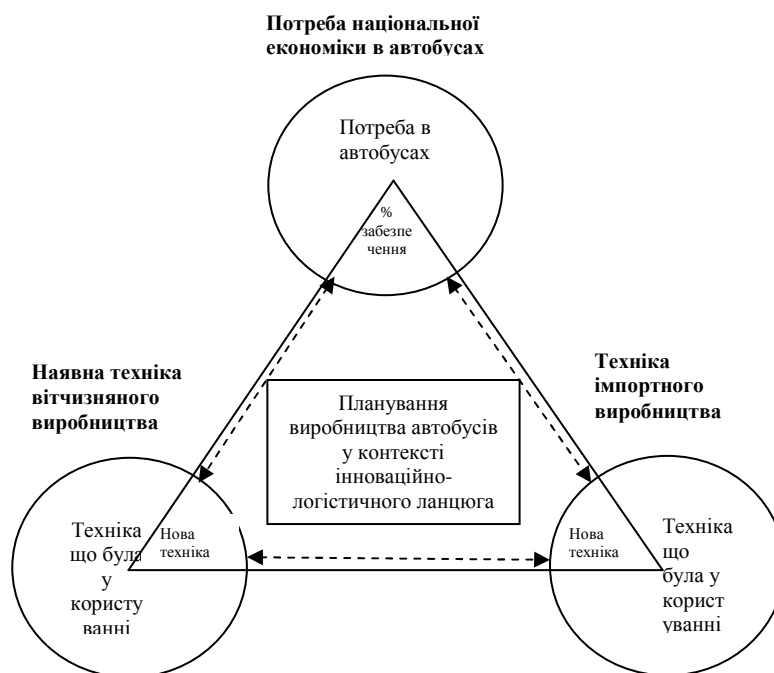


Рис. 1 Організаційні засади забезпечення автобусами вітчизняного автомобілебудування в інноваційно-логістичному контексті

Джерело: побудовано автором

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

В період світової економічної кризи 1997–1998 рр. для української автомобілебудівної галузі першим позитивним проявом стала співпраця Запорізького автомобільного заводу із корейською компанією Daewoo, яка проявилась у створенні спільного українсько-корейського підприємства АвтоЗАЗ-Daewoo. Для України це означало впровадження нових технологій виробництва, залучення іноземного капіталу та досвіду виробництва транспортних засобів. І хоча прихід на ринок України великої транснаціональної компанії ніс можливу загрозу знищення вітчизняного виробництва автотранспорту та/або повне завоювання автотранспортного ринку, ця співпраця в цілому дала поштовх для розвитку, набуття досвіду та здійснення власних наукових розробок підприємствами автомобілебудування.

Такий досвід інвестиційного співробітництва дав позитивні результати, оскільки обсяги виробництва почали зростати і попит на кінцеві результати діяльності автомобілебудівних підприємств на внутрішньому ринку дещо покращився.

Окрім приходу в Україну іноземних інвестицій, відродження автомобілебудівної галузі, запобігання втраті її науково-технічного, технологічного, виробничого та інтелектуального потенціалу, нарощування обсягів виробництва конкурентоспроможної продукції на внутрішньому та зовнішньому ринках протягом багатьох років автомобілебудування стимулювалось підтримкою держави, як однієї із пріоритетних галузей національної економіки. На відміну від підприємств інших галузей економіки, підприємства автомобілебудування намагались реалізувати

інвестиційні програми орієнтовані як на внутрішній ринок, так і на експорт.

На сьогоднішній день потреби ринку в пасажирському транспорті забезпечуються вітчизняним автомобілебудуванням України, яке представлене декількома виробниками автобусів, кожен з яких обрав для себе певний сегмент ринку та зосередив своє виробництво на автобусах певного класу.

Досліджуючи ринок пасажирського транспорту загального користування нами встановлено, що ринок автобусів України сегментують в залежності від розміру автобуса та його пасажиромісткості:

- Мікроавтобуси пасажиромісткість до 15 осіб. Місця для перевезення пасажирів стоячи не передбачені;

- Автобуси особливо малого класу довжина до 7м, пасажиромісткість до: 25/35, (місця для сидіння/загальна кількість місць);

- Автобуси малого класу довжина 7-8,5м, пасажиромісткість до: 30/50;

- Автобуси середнього класу довжина 8,5-11м, пасажиромісткість до: 45/80;

- Автобуси великого і надвеликого (особливо великого) класу.

Вивчаючи попит та пропозицію на ринку автобусів необхідно звернути увагу та проаналізувати обсяги пасажироперевезень, які мають великий потенціал росту (у 2 рази більше існуючих обсягів). Оскільки саме вони можуть забезпечити постійний ріст попиту на автобуси і стимулювати розвиток ринку, що підтверджує динаміка пасажироперевезень (рис. 2).

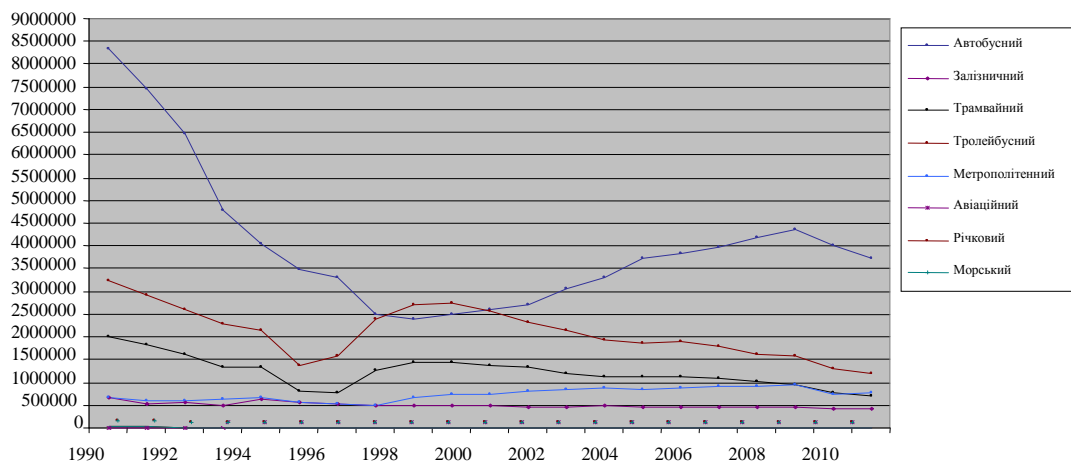


Рис. 2 Перевезення пасажирів за видами транспорту загального користування, тис. пас.

Джерело: побудовано автором

З графіку можна зробити висновок, що обсяг пасажироперевезень (особливо автобусним видом транспорту) станом на 2010 р. ще не досяг рівня 90-х років, на цьому базуватиметься аналіз формування ринку, вивчення виробників та аналіз показників виробництва.

Одним з найбільших підприємств автомобілебудування України є корпорація «Богдан» (виробничі потужності якої у Луцьку, дозволяють виробляти до 6 000 (шість тисяч) автобусів та тролейбусів на рік [5]. Корпорація створена в 2005 р. з метою реалізації масштабних інвестиційних проектів, спрямованих на створення в Україні потужностей з виробництва автотранспортних засобів різних типів. На сьогодні до складу корпорації входять 20 компаній, в числі яких «Автомобільний завод «Богдан» (колишній Луцький автомобільний завод), «Хюндай Моторс Україна» та ін [6].

Розвиток проектів будівництва нових автозаводів і розширення існуючих потужностей потребує значних інвестицій. Триває залучення інвестиційних ресурсів для розширення і модернізації виробничих потужностей, збільшення номенклатури продукції, освоєння нових ринків збуту, створення ефективної торгово-сервісної мережі такі пріоритетні

завдання ставила перед собою корпорація на найближчі роки діяльності.

Впродовж останніх років корпорація «Богдан» стабільно утримує лідерські позиції у вітчизняному виробництві автобусів. Налагодивши на своїх заводах випуск малих міських автобусів на базі двигунів і шасі виробництва японської компанії ISUZU, сьогодні корпорація виробляє автобуси усіх класів: від особливо малого, до надвеликого.

На сьогоднішній день корпорація Богдан переживає реформування. У березні 2011 року, підприємство ВАТ «Черкаський автобус», як структурна одиниця, вийшов зі складу корпорації «Богдан». З цього часу черкаський виробник автобусів малого класу буде функціонувати як окреме підприємство, виробництво автобусів та тролейбусів корпорація «Богдан» продовжить на виробничих потужностях у Луцьку.

Ще однією позитивною тенденцією для корпорації "Богдан" є досягнення домовленостей з концерном MAN про спільне виробництво туристичних автобусів великого класу, які будуть представлені на ринку під подвійним брендом "MAN-Богдан", а також автобусів для аеропортів "Богдан-Neoplan". Такий крок дозволить корпорації "Богдан"

першій на українському ринку запропонувати туристичні автобуси підвищеної комфортності. Фактично, в Україні до даного часу відсутнє власне виробництво туристичних автобусів великого класу. Єдиним виробником подібних машин був ЛАЗ, який зумів розробити і запустити у виробництво модель NeoLAZ. Проте, обсяги виробництва даної моделі в останні роки були незначними [8].

У 2010 році Корпорація «Богдан» збільшила порівняно із 2009 р. виробництво автобусів та тролейбусів на 47% - до 919 одиниць. В грудні 2010 р. виробництво автобусів і тролейбусів зросло на 57,8% порівняно із листопадом 2010 р. (64 од.) і на 12,2% порівняно з груднем 2009 р. (90 од.), і склало 101 одиницю техніки у 2010 р. [9].

Ще одним виробником автобусів, які представлені на ринку України є ЗАТ «Запорізький автомобільний завод». Завдяки фінансовій підтримці іноземного партнера, новим технологіям, унікальним системам контролю якості, інженерним розробкам, що були привнесені разом з інвестиціями для Запорізького заводу розпочався новий етап – розвиток виробництва і вихід підприємства на міжнародний рівень. Впродовж 1998-2003 рр. на підприємстві відбулися глибокі структурні зміни за новими, світовими стандартами: була проведена реновація виробництва, будівель, систем енергопостачання, інженерних споруд і мереж на заводах у Запоріжжі, Мелітополі, Іллічівську, Родах; організований контроль якості продукції, яка відповідає світовим стандартам; змінена адміністративно кадрова політика. Все це сприяло швидкому розвитку підприємства не лише щодо виробництва автобусів та іншого автотранспорту, а й вибору пріоритетних напрямків діяльності для утримання конкурентних позицій на важливих для підприємства ринках.

Традиційно автобуси в Україні продовжують вироблятися також на Львівському автобусному заводі (ЗАТ «ЛАЗ»), якому у 2006 році було надано нове ім'я - «Завод комунальної техніки» ЗАТ «ЗКТ». Накопичений досвід виробництва автобусів, які на міжнародних виставках в 1960-х рр. були визнані одними з найкращих у світі, а також технології виробництва не змогли в 1990-х рр. забезпечити підприємству стабільний портфель замовлень. Обмеженість попиту на великі міські автобуси поставили завод перед необхідністю істотно модернізувати виробництво. Незважаючи на випуск пробної моделі малого автобуса, завод зберіг спрямованість на випуск великих міських та туристичних автобусів. Цьому сприяло отримання заводом договорів на поставку автобусів для комунальних автотранспортних підприємств.

Ще один виробник автобусів ТОВ «Херсонський автоскладальний завод «Анто-Рус» (ХАЗ «Анто-Рус») почав свою роботу в 2001 році, коли було досягнуто домовленість з ВАТ «АВТОВАЗ» про складання автомобілів ВАЗ. В 2003 році після створення науково-технічного центру завод «Анто-Рус» почав проектування і запуск у виробництво автобусів малого класу на базі шасі

ЗИЛ. А у 2006 році почато серійне виробництво автобусів «Антон» на базі автомобільного шасі NISSAN. Зараз завод виробляє автобуси загального користування ХАЗ-3250 та його модифікації.

Корпорація «Еталон» (лідер ринку з продажу автобусів загального користування) орієнтована на вирішення різних завдань в галузі автомобілебудування, основне з яких - створення і організація виробництва автобусів та інших автотранспортних засобів, технічний рівень яких відповідав би сучасним вимогам.

Базовим підприємством корпорації являється закрите акціонерне товариство "Бориспільський автозавод" (ЗАТ «БАЗ») - одне з наймолодших (zareєстроване 30-го квітня 2002 року) підприємств України в галузі проектування і виробництва автотранспортних засобів. На сьогоднішній день, не зважаючи на коротку історію, завод вже широко відомий не тільки на теренах України, а й поза її межами. При заводі створений потужний науково-технічний центр "Еталон", до складу якого, окрім широкого кола молодих кваліфікованих спеціалістів, входять провідні фахівці у галузі виробництва автобусів. Таким чином колектив заводу здатний у стислі терміни розробити конструкторську документацію і освоїти серійне виробництво будь-яких автотранспортних засобів.

При цьому, варто відмітити, що загальна виробнича потужність двох заводів ЗАТ «БАЗ» та ЗАТ «ЧАЗ» складає 5000 автобусів на рік.

За даними консалтингового агентства «Автоконсалтинг» ЗАТ «Бориспільський автозавод» за результатами 2010 року займав перше місце з продажу автобусів малого класу на території України [5, 6]. Це підприємство протягом 2010 року реалізувало майже 400 одиниць автобусів, що склало 43,68% ринку. Зазначимо, що за результатами 2010 року частка проданих автобусів ЗАТ «Бориспільський автозавод» склала 64,34% даного сегменту.

Серед основних інструментів продаж, які вже кілька років гарантують підприємству високий конкурентний рівень продукції і які керівництво компанії планує активно використовувати і у 2011-2012 роках, варто відмітити утримання найбільш привабливих цін на автобуси, активну рекламну-виставкову діяльність, роботу над покращенням якості продукції та вигідні для клієнтів фінансові інструменти продаж. Сумарно в планах корпорації на 2011 рік виготовляти на ЗАТ «БАЗ» і ЗАТ «ЧАЗ» щомісячно близько 130-140 автобусів, що дозволить вийти на річний обсяг у 1500-1600 одиниць. Тобто у планах корпорації фактичне подвоєння обсягів виробництва та продаж автобусів.

Згідно даних Держкомстату загальне виробництво автобусів по Україні у 2008 році становило 10 042 одиниць [10], у 2009 році лише 1473 одиниці [11], та 2104 одиниці у 2010 році [12], що свідчить про високий рівень падіння виробництва автобусів. Таким чином у 2009 році було виготовлено на 85,34% менше, ніж за підсумками 2008 року, а у 2010 році на 79,05% менше ніж у тому ж 2008 році (рис. 3):

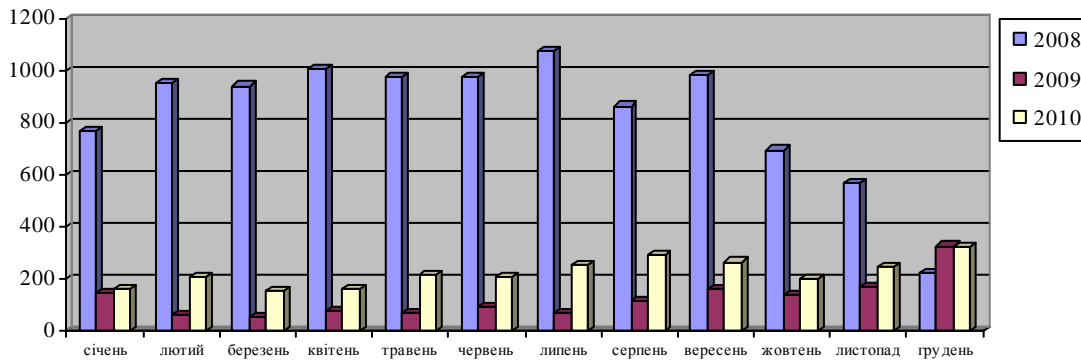


Рис. 3 Виробництво автобусів в Україні у 2008-2010 роках

Джерело: побудовано автором

За перший квартал 2011 року вітчизняні виробники виготовили 525 автобусів [13]. Для порівняння, за аналогічний період минулого року було виготовлено 517 одиниць автобусів.

На сьогоднішній день близько 15% ринку контролює в Україні корпорація «Богдан», хоч ще у 2009 році його частка була 25%. Нелегкі часи переживають й інші виробники, лише корпорації «Еталон» вдалось не тільки втримати обсяги продаж, але і збільшити їх на 33%.

В 2010 році на долю «Богданів» прийшло лише 10% ринку, а решту потенційних покупців розібрали конкуренти. Це сприяло тому, що на наступні кілька років Богдан обрав експортну стратегію.

Для вироблення концептуальних інноваційних засад формування ринку пасажирського транспорту,

нами пропонується алгоритм формування організаційно-економічного механізму трансформування автобусного виробництва відповідно до конкурентних умов Євразійського регіону на інноваційно-логістичних засадах, який передбачає, згідно вихідних даних для організації трансформаційно-адаптивних процесів таких як: транспортні можливості, природнокліматичні умови, чисельність населення, виробнича інфраструктура та інших, формування зони трансформаційно-адаптивних процесів підприємств автомобілебудування, забезпечення показників якості продукції, що відповідатиме міжнародним стандартам, визначення коефіцієнтів трансфоспроможності підприємства та розробку заходів з впровадження організаційно-економічного механізму трансформування підприємств (рис. 4).



Рис. 4 Алгоритм формування організаційно-економічного механізму трансформування автобусного виробництва відповідно до конкурентних умов Євразійського регіону на інноваційно-логістичних засадах.

Джерело: побудовано автором

Без сумніву реалізація алгоритму передбачає вивчення конкурентоспроможності продукції, залучення економічних важелів та методів активізації трансформаційно-адаптивних процесів шляхом реалізації управлінських функцій таких як: планування, прогнозування, організування, контролювання та ін.

Виробникам на місцях слід приділити більшу увагу інноваційно-логістичній діяльності в царині нової техніки та новітніх технологій, прагнути до міжнародної науково-технічної допомоги, міжнародних та національних венчурних фондів, які здатні забезпечити вихід вітчизняних технологій на світові ринки, і можливо у перспективі вивести економіку України на якісно вищий рівень.

ВИСНОВКИ

Таким чином, маємо підстави стверджувати, що сьогодні починає формуватися нова структура конкурентного ринку під впливом кризової динаміки змін на ринках, що стане приводом для серйозних структурних змін в автомобільній промисловості.

Встановлено, що на даний час надзвичайно важливими у світовому автомобілебудуванні є три тенденції щодо розвитку технологій, які дають значні можливості для виробників автотранспорту. Серед них: 1) використання гібридних транспортних одиниць і перехід на використання електродвигунів; 2) збільшення ступенів оснащення транспортних засобів електронікою; 3) створення транспортних засобів із мінімальним рівнем оснащення.

Автомобільна промисловість – це розвинена галузь, у якій кожна інновація є дієвим способом і засобом отримання конкурентних переваг. Експертні оцінки підтверджують, що в середньостроковій перспективі доцільно весь дизайн автомобіля кардинально оновити; ключовий виклик, у короткостроковій перспективі, полягає в необхідності зниження вартості адаптації майбутніх моделей до нових економічних та екологічних стандартів; у довгостроковій перспективі володіння новими прогресивними технологіями буде фундаментальним для автомобілебудівників.

Загалом, у відповідності до концептуальних інноваційних засад формування ринку пасажирського транспорту в Україні, автомобілебудівним підприємствам, на перспективу, потрібно оперативно ухвалювати ефективні управлінські рішення, формувати відповідне до потреб виробництво, оптимальний “портфель моделей”, що задовольняє запити ринку за найбільш прийнятною ціною та з урахуванням вимог Євразійського ринку.

На основі аналітичних даних у подальшому дослідженні національного ринку автобусів потрібно вивчити парк автобусів, розглянути зміни структури парку автобусів та інтенсивності їх експлуатації, а також докладніше проаналізувати структуру імпорту автобусів за марками та класами. Це все дасть можливість краще оцінити виробничі потужності вітчизняних автомобілебудівних підприємств, та звернути увагу на той сегмент ринку який вони зможуть щонайбільше та якнайкраще забезпечити.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балицький Є.В. Формування міжнародної конкурентоспроможності машинобудівної галузі України / Є.В.Галицький / Збірник наукових праць/Від ред. В. Є. Новицький. - К.: ІСЕМВ_НАНУ, 2003.- Вип. 37. 2001.- №3. – С. 91-104.
2. Економіка і організація інноваційної діяльності: Підручник / О. І. Волков, М. П. Денисенко, А. П. Речан та ін.; Під ред. проф. О. І. Волкова, М. П. Денисенка. — К.: ВД «Професіонал», 2004. — 960 с.
3. Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: Монографія / За ред. д. е. н. професора С. М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2008. – 615 с.
4. Ильенкова Н.Д. Спрос: анализ и управление / Под ред. И.К.Белячев-ского. – М.: Финансы и статистика, 1997.
5. Autoconsulting – Інформаційно-аналітична група [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.autoconsulting.ua/article.php?sid=19327>- заголовок екрану.
6. Стан виробництва автомобільної продукції: статистичний огляд Укравтопром [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://ukrautoprom.com.ua/index.php?option=com_docman&task=doc_details&gid=59&Itemid=79
7. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/tz/tz_rik/tz_u/ts_u.htm
8. Autoconsulting – Інформаційно-аналітична група [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.autoconsulting.ua/article.php?sid=18541>
9. Autoconsulting – Інформаційно-аналітична група [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.autoconsulting.ua/article.php?sid=18763>
10. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2008/pr/ovp/ovp_u/ovp2008.html
11. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2009/pr/ovp/ovp_u/ovp2009.html
12. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2010/pr/ovp/ovp_u/ovp2010.html
13. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2011/pr/ovp/ovp_u/ovp2011.html