

*Piotr Łasak**

NOWA POZYCJA PAŃSTW BRIC NA GLOBALNYM RYNKU SAMOCHODOWYM

WSTĘP

W pierwszej dekadzie XXI wieku nastąpiły istotne zmiany na globalnym rynku motoryzacyjnym. Miało miejsce ograniczenie dominacji przemysłu samochodowego z krajów wysoko rozwiniętych oraz wzrost znaczenia tego przemysłu w krajach określanych jako rynki wschodzące. Najszybciej przemysł samochodowy rozwijał się w krajach tworzących grupę BRIC (Brazylia, Rosja, Indie i Chiny). W przeszłości wymienione rynki przyciągały zagranicznych inwestorów głównie ze względu na niskie koszty czynników produkcji, natomiast obecnie zdobywają przewagi również w wielu innych obszarach.

Kraje BRIC stały się zarówno atrakcyjnym miejscem do działania wiodących światowych korporacji motoryzacyjnych, jak i coraz bardziej dynamicznie rozwijały swoje własne firmy należące do tej branży. Producenci z Chin i Indii obecnie są już w stanie samodzielnie produkować samochody i skutecznie udoskonalają przebieg procesów produkcyjnych. Ekspansja rodzimych przedsiębiorstw z BRIC obejmuje nie tylko krajowe rynki, ale polega na wchodzeniu tych przedsiębiorstw na rynki zagraniczne, w tym również do krajów wysoko rozwiniętych.

Celem artykułu jest analiza rosnącej roli przemysłu samochodowego w krajach BRIC w ciągu ostatniej dekady i próba odpowiedzi na pytania:

- Jakie procesy spowodowały utratę dominującej pozycji w branży motoryzacyjnej państw *triady* i wzrost znaczenia w tym przemyśle rynków wschodzących?

* Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej, Uniwersytet Jagielloński.

- Jak przebiegał rozwój przemysłu samochodowego w krajach BRIC w latach 2000–2010?
- Jakie są perspektywy dalszego rozwoju przemysłu samochodowego w państwach BRIC?

Kraje BRIC nie tylko dołączyły do najważniejszych rynków motoryzacyjnych, ale w w następnych latach ich znaczenie będzie nadal rosło. W nieodległej przyszłości rynki BRIC staną się wiodącymi potęgami motoryzacyjnymi. Analiza koncentruje się na rynku samochodów osobowych, gdyż ten rynek odgrywa największą rolę w przypadku ekspansji branży motoryzacyjnej. Jest on również najbardziej dynamicznie rozwijającym się w omawianej grupie państw.

1. ROZWÓJ PRZEMYSŁU SAMOCHODOWEGO – DOMINACJA KRAJÓW WYSOKO ROZWIĘTYCH

Światowy przemysł samochodowy zaczął rozwijać się na początku XX wieku w Stanach Zjednoczonych oraz w wysoko rozwiniętych krajach europejskich, m.in. Belgii, Francji, Holandii, Niemczech, Wielkiej Brytanii i Włoszech. Do lat 60. ubiegłego wieku w Stanach Zjednoczonych wytwarzano ponad połowę wszystkich produkowanych samochodów (Womack, Jones, Roos, 2008, s. 49). Kluczową rolę odgrywały zakłady w Detroit, jednym z najważniejszych na świecie ośrodków motoryzacyjnych. W mieście tym znajdowały się główne siedziby trzech koncernów motoryzacyjnych: Ford Motor Company, General Motors i Chrysler (które łącznie wytwarzały 95% całkowitej produkcji samochodów w USA). Od połowy lat 50. coraz bardziej zaczęły rozwijać się również przedsiębiorstwa europejskie (m.in. Volkswagen, Renault, Fiat). W rezultacie przyspieszenia rozwoju przemysłu motoryzacyjnego od lat 70. zaczęto wytwarzać więcej samochodów w Europie niż w Stanach Zjednoczonych (Graves, 1993). W latach 70. nastąpiły także zmiany w organizacji metod produkcji – wprowadzono metodę wytwarzania określaną nazwą „szczupła produkcja” (*ang. lean production*), która oznacza organizację produkcji umożliwiającą dostarczenie klientowi oczekiwanego przez niego samochodu w jak najkrótszym czasie i przy wykorzystaniu jak najmniejszej liczby zasobów. Do najważniejszych rynków dołączyła Japonia. Wiodącą firmą pochodzącą z tego kraju stała się Toyota, która w latach 80. z dużym sukcesem zaczęła tworzyć pod swoją marką zakłady produkcyjne w Stanach Zjednoczonych. W ślad za Toyotą podążyli również inni japońscy producenci.

Kraje wysoko rozwinięte dominowały w światowym przemyśle samochodowym do końca ubiegłego wieku. Były największymi rynkami pod względem wielkości produkcji i sprzedaży samochodów. Również korporacje z tych krajów były najbardziej liczącymi się przedsiębiorstwami motoryzacyjnymi. Pod koniec ubiegłego wieku wystąpiły procesy, które doprowadziły do zmniejszenia ich dotychczasowej pozycji.

2. PRZESUNIĘCIA W ŚWIATOWYM PRZEMYSŁE SAMOCHODOWYM PO 2000 ROKU

Kolejna faza rozwoju światowego przemysłu samochodowego nastąpiła na początku XXI wieku. Charakteryzuje się wzrostem znaczenia rynków wschodzących. Początkowo nastąpiło przenoszenie produkcji z krajów wysoko rozwiniętych do krajów rozwijających się. W wyniku tego zmniejszył się udział produkcji samochodów w poszczególnych krajach, które w przeszłości odgrywały istotną rolę (tab. 1).

Tabela 1. Udział poszczególnych krajów w światowej produkcji samochodów w latach 1960–2010 (w %)

Kraje	1961	1971	1981	1991	2000	2005	2010
Stany Zjednoczone, Europa Zachodnia, Japonia	89,18	86,50	82,24	78,10	69,60	59,00	40,18
Argentyna, Czechy, Kanada, Korea Południowa, Meksyk, Polska, Turcja	4,20	6,50	7,57	10,90	17,00	15,80	15,98
Brazylia, Rosja, Indie, Chiny	4,96	5,19	8,42	8,62	9,87	16,00	34,50
Pozostałe państwa	1,66	1,81	1,77	2,38	3,53	9,20	9,34

Źródło: obliczenia własne na podstawie: *The U.S. and Michigan Motor Vehicle Statistical Report* (2007), s. 22; OICA (2000–2010), *Production statistics*.

Do końca XX wieku państwa wysoko rozwinięte miały dominującą pozycję, ale w ciągu ostatniej dekady ich znaczenie spadało. Podczas gdy w 2000 r. w Stanach Zjednoczonych, Europie oraz Japonii wytwarzano prawie 70% światowej produkcji samochodów, to w 2010 r. już tylko 40%. W tym samym czasie udział krajów BRIC zwiększył się z 9,8% do 34,5%.

Wzrosła rola korporacji motoryzacyjnych z rynków wschodzących. Do liczących się na świecie korporacji zostały zaliczone nowe firmy, m.in.: Hyundai (Korea Południowa), Chana Automobile, Chery, Geely, Brilliance, Great Wall, Hafei (Chiny), Tata Motors, Mahindra (Indie), Avto VAZ (Rosja), Proton (Malezja).

Do najważniejszych czynników, które spowodowały przesunięcia w światowym przemyśle samochodowym, można zaliczyć m.in.:

- delokalizację inwestycji i towarzyszące jej przepływy kapitału w formie zagranicznych inwestycji bezpośrednich,
- przekształcenia w zakresie organizacji produkcji samochodów,
- regionalizację produkcji i sprzedaży.

Dążące do wykorzystania korzyści skali przedsiębiorstwa z krajów wysoko rozwiniętych od lat 80. ubiegłego wieku zaczęły przenosić zakłady produkcyjne do krajów rozwijających się. Odbywało się to w formie zagranicznych inwestycji bezpośrednich (Pavlínek, Ženka 2011, s. 559; Nag, Banerjee, Chatterjee, 2007, s. 18).

Inwestycje te spowodowały poważne zmiany w krajowym przemyśle motoryzacyjnym rynków wschodzących oraz wzrost produkcji samochodów oraz części i komponentów w tych krajach. Wraz z przepływem kapitału następował przepływ wiedzy i technologii, co przyczyniło się do rozwoju branży motoryzacyjnej w krajach przyjmujących.

Do wzrostu znaczenia rynków wschodzących doprowadziły również zmiany organizacji produkcji samochodów. Udoskonalenie produkcji masowej poprzez zastosowanie zasad charakterystycznych dla japońskich korporacji spowodowało przekształcenie struktur organizacyjnych przedsiębiorstw oraz przyspieszyło ekspansję na rynki zagraniczne. Obecnie produkcja samochodów opiera się na tworzeniu tzw. globalnych łańcuchów dostaw (*ang. global supply chain*). Istota nowych metod wytwarzania polega na przekazaniu produkcji części i komponentów zewnętrznym podmiotom. W ten sposób powstaje hierarchia wzajemnie powiązanych podmiotów, tworzących łańcuch dostaw (Wynstra i in., 2010, s. 625–627). Coraz więcej procesów towarzyszących montowaniu samochodów jest przenoszonych na dostawców. Zwiększeniu roli dostawców w przemyśle samochodowym towarzyszy wzrost udziału produkcji wykonywanej poza krajem macierzystym.

Zmiana procesów produkcji samochodów doprowadziła do wzrostu roli powiązań o charakterze regionalnym. Istotne stało się zlokalizowanie dostawców w pobliżu montowni samochodów, gdyż umożliwia to organizację dostaw zgodnie z zasadą *just in time* (konieczność dostarczenia potrzebnych części i komponentów w krótkim czasie, a jednocześnie w określonej sekwencji). Sprzyja to tworzeniu klastrów w przemyśle motoryzacyjnym¹. Przykładem są zakłady produkcyjne zlokalizowane przy granicy Stanów Zjednoczonych i Meksyku (Klier, Rubenstein, 2009, s. 223–227). Tworzenie klastrów doprowadziło do wzmocnienia integracji regionalnej, która stała się od połowy lat 80. ubiegłego wieku dominującym trendem w rozwoju branży samochodowej. T.J. Sturgeon i J. van Biesebroeck oceniają, że przemysł ten również obecnie ma charakter bardziej regionalny niż globalny (Sturgeon, Biesebroeck, 2010). Regionalizm przemysłu samochodowego polega na tym, że producenci samochodów oraz części i komponentów wykorzystywanych do ich montażu są zaangażowani w kilka dużych regionalnych systemów produkcji. Jednym z przykładów jest rynek północnoamerykański. Do innych można zaliczyć regiony: Europy, Azji Południowo-Wschodniej, a także Ameryki Południowej.

3. KRAJE BRIC – NOWE POTĘGI SAMOCHODOWE

Kraje BRIC w ostatniej dekadzie zaczęły rozwijać przemysł samochodowy szybciej niż kraje wysoko rozwinięte i wyprzedziły takich konkurentów, jak Korea Południowa, Meksyk oraz państwa Europy Środkowej. Dotyczy to wielu aspektów tego przemysłu – m.in. produkcji, sprzedaży na lokalnych rynkach oraz eksportu i importu samochodów.

¹ Zgodnie z definicją zaproponowaną przez M. Portera, klastry oznaczają geograficzną koncentrację wzajemnie powiązanych firm i instytucji funkcjonujących w określonej dziedzinie (Porter, 1998, s. 78). Ich szczególna rola wynika z faktu, że podnoszą one zdolności konkurencyjne tworzących je firm (m. in. zwiększają produktywność, nadają kierunek prowadzonym procesom, przyczyniają się do wzrostu innowacyjności oraz wzmacniają zdolności ekspansji).

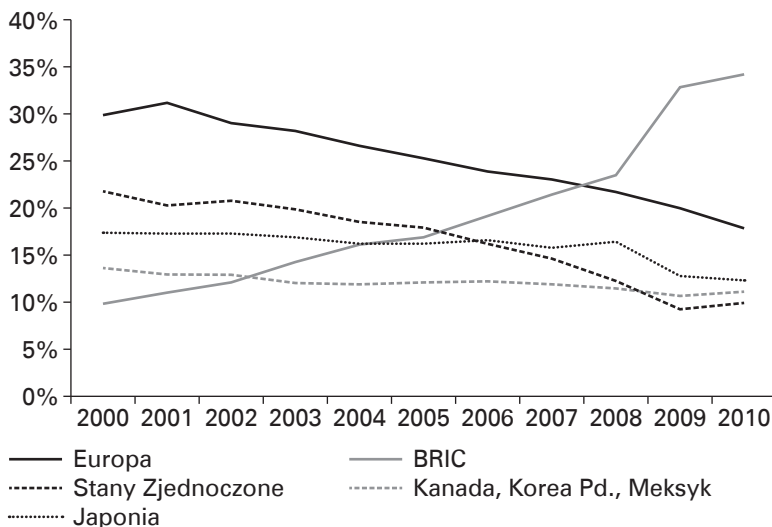
3.1. PRODUKCJA I GLOBAL SOURCING

Według Międzynarodowej Organizacji Producentów Pojazdów Samochodowych (OICA), w 2000 r. w krajach BRIC wytwarzano zaledwie 10% światowej produkcji samochodów, a w 2010 r. było to już 34,5%. Produkcja w tych krajach wzrastała, podczas gdy w innych krajach spadała w czasie kryzysu finansowego lat 2007–2010² (rys. 1).

Kluczowymi czynnikami, które wpłynęły na wzrost produkcji samochodów w krajach BRIC, były: polityka państw, ewolucja dominującego modelu produkcji, współpraca rodzimych i zagranicznych producentów oraz zmiany w handlu światowym i wzrost znaczenia produkcji części i komponentów motoryzacyjnych.

We wszystkich krajach BRIC istotne było określenie przez rządy priorytetów w zakresie rozwoju przemysłu samochodowego. W Brazylii miało to miejsce w latach 50. ubiegłego wieku, Chiny dokonały transformacji prowadzącej do rozwoju tego przemysłu w latach 80. (natomiast w połowie lat 90. branża motoryzacyjna została uznana za jedną z pięciu kluczowych gałęzi chińskiego przemysłu), z kolei przekształcenia w Indiach i Rosji miały miejsce w latach 90. (Wójtowicz, 2008, s. 140; Szamoszegi, 2010; Holweg i in., 2005, s. 14; *Winning the BRIC...*, 2010, s. 15–20).

Rysunek 1. Udział krajów* w produkcji światowej samochodów w latach 2000–2010



* W przypadku Europy wzięto pod uwagę następujące państwa: Austrię, Belgię, Finlandię, Francję, Hiszpanię, Holandię, Niemcy, Portugalie, Szwecję, Włochy oraz Wielką Brytanię.

Źródło: opracowanie własne na podstawie: OICA (2000-2010).

² Łącznie dla całej grupy. Rosja w tym przypadku jest wyjątkiem, ponieważ w tym kraju po ostatnim kryzysie nastąpił spadek o prawie 60% (OICA, 2000–2010).

Dla rozwoju produkcji samochodów oraz części i komponentów w państwach BRIC istotną była zmiana modelu wytwarzania. Udoskonalenie *produkcji masowej* oraz fragmentaryzacja procesów wytwarzania umożliwiły włączenie państw rozwijających się w globalny łańcuch dostaw bez konieczności dysponowania takim kapitałem, jaki musiały posiadać w przeszłości korporacje motoryzacyjne z państw wysoko rozwiniętych. Dzięki zagranicznym inwestycjom bezpośrednim nastąpił napływ do Brazylii, Chin i Indii nie tylko kapitału, ale również technologii i wiedzy, a kraje te zostały włączone w globalną współpracę w przemyśle motoryzacyjnym.

Rozwój krajowego przemysłu samochodowego w przypadku każdego z wymienionych czterech państw zapoczątkowała współpraca rodzimych przedsiębiorstw z korporacjami pochodzącymi z państw wysoko rozwiniętych. Charakter tej współpracy był różny. Brazylia całkowicie otworzyła się na napływ zagranicznego kapitału, Indie stosowały podejście polegające na dopuszczeniu zagranicznych producentów celem zwiększenia konkurencyjności na krajowym rynku przy zachowaniu ograniczeń importowych, natomiast Chiny prowadziły strategię stopniowego i selektywnego przyjmowania zagranicznych producentów, równocześnie wspierając rodzime firmy (Richet, Ruet, 2008, s. 447–465; Humprey, Memedovic, 2003, s. 29–33).

Podział na krajowych producentów oraz filie i oddziały zagranicznych korporacji jest szczególnie widoczny w Chinach. Rodzimych producentów w tym kraju można podzielić na dwie grupy. Jedną grupę stanowią firmy państwowe, które tworzą wspólne przedsięwzięcia joint ventures z korporacjami zagranicznymi; drugą – prywatne chińskie firmy (Richet, Ruet, 2008, s. 457–459). Firmy państwowe produkują głównie samochody na rynek lokalny, a sprzedaż na rynki zagraniczne prowadzą pod marką korporacji zagranicznych, z którymi współpracują. Z kolei prywatne podmioty starają się nie tylko rozwijać produkcję na rynek krajowy, ale także mają ambicję wejść na rynki zagraniczne jako niezależne chińskie firmy. Nie na wszystkich rynkach BRIC liczą się krajowi producenci. Przykładem jest Brazylia, gdzie w przeciwieństwie do pozostałych krajów tej grupy nie ma rodzimych firm motoryzacyjnych (z wyjątkiem kilku producentów niszowych samochodów, jak Agrale i Marcopolo), a rozwój całego sektora motoryzacyjnego został oparty na inwestycjach międzynarodowych korporacji. W Brazylii prowadzą działalność prawie wszystkie transnarodowe korporacje motoryzacyjne.

Wchodzenie zagranicznych przedsiębiorstw na rynki BRIC było zróżnicowane i wynikało z możliwości, jakie stwarzało państwo przyjmujące. W przypadku Chin zamiarem zagranicznych korporacji było zdobycie dostępu do rynku. Ze względu na ograniczenia administracyjne nieosiągalny był jednak większy udział niż 50% kapitału zagranicznych korporacji w rodzimych, chińskich przedsiębiorstwach. Dla porównania w Indiach o kierunkach współpracy decydowały powiązania między krajowymi firmami i korporacjami zagranicznymi, a celem wejścia tych korporacji było dążenie do opanowania handlu oraz kontrola łańcuchów dostaw (Richet, Ruet 2008, s. 451–453). W Chinach wśród powiązań rodzimych

producentów z zagranicznymi korporacjami 100% stanowiły przedsięwzięcia typu joint ventures, w Indiach 82% to przedsięwzięcia joint ventures, a pozostałe 18% – inwestycje od podstaw, natomiast w Brazylii całość inwestycji stanowiły przedsiębiorstwa budowane od podstaw (*greenfields*). W żadnym z tych państw nie wystąpiły przejęcia rodzimych zakładów przez zagraniczne korporacje (*New Horizons: Multinational Company Investment...*, 2003, s. 42, 90, 118).

Zagraniczni producenci wytwarzają w państwach BRIC nie tylko samochody, ale również części i komponenty. Liberalizacja wymiany handlowej przyczyniła się do większego włączenia zagranicznych rynków do procesów globalnego *sourcingu*, niż miało to miejsce w przeszłości. Korporacje motoryzacyjne bardzo chętnie decydują się na pozyskiwanie części i komponentów z rynków, które są dla nich atrakcyjne cenowo. Szczególnie ważny jest rynek chiński, gdyż dzięki jego potencjałowi możliwe jest osiągnięcie dużych korzyści skali (znacznie większych niż w pozostałych państwach BRIC). W ostatniej dekadzie w przemyśle motoryzacyjnym występowała też rosnąca presja na powiązanie niskich kosztów produkcji części i komponentów z przewagami jakościowymi. Daje to szczególną okazję do rozwoju Indiom, które w coraz większym stopniu przekształcają się z producenta części zamiennych w producenta części i komponentów dla globalnych łańcuchów produkcyjnych. Zagraniczni producenci i dostawcy starają się integrować indyjskich producentów w celu włączania ich do swoich globalnych strategii *sourcingowych* (Ranawat, Tiwari, 2009, s. 9). Wśród producentów części i komponentów z krajów BRIC istotna jest również rola Brazylii. Kraj ten znajduje się na drugim miejscu po Chinach, biorąc pod uwagę wartość produkcji części i komponentów przeznaczonych na zagraniczne rynki.

3.2. SPRZEDAŻ SAMOCHODÓW NA RYNKACH BRIC

W latach 2000–2010 na rynkach krajów BRIC sprzedawano coraz więcej samochodów (tab. 2). Dzięki temu wzrostowi wymienione kraje dołączyły do światowej czołówki rynków pod względem wielkości sprzedaży. Szczególnie duży wzrost sprzedaży samochodów w ciągu analizowanej dekady wystąpił w Chinach. W roku 2010 było to ponad dwudziestokrotnie więcej w porównaniu z 2000 rokiem. Chiny stały się największym rynkiem motoryzacyjnym na świecie, Brazylia znalazła się na czwartym miejscu, a Indie na siódmym pod względem liczby sprzedanych samochodów osobowych na wewnętrznym rynku danego państwa (*O desempenho da distribuição...*, 2010, s. 7).

Rynki te mają pewne wspólne cechy, a jednocześnie w wielu obszarach różnią się między sobą. Do podobieństw można zaliczyć dużą liczbę ludności w porównaniu z innymi krajami rozwijającymi się oraz niski odsetek posiadaczy samochodów wśród społeczeństwa. Szybki wzrost gospodarczy w tych krajach przekłada się na wzrost możliwości nabywczych mieszkańców. Różnice między tymi krajami w największym stopniu dotyczą preferencji konsumentów, stopnia rozwoju infrastruktury związanej z przemysłem motoryzacyjnym oraz polityki państwa odnoszącej się do tego przemysłu.

Tabela 2. Wielkość sprzedaży samochodów osobowych w krajach BRIC w latach 2000–2010 (w szt.)

Rok	Brazylia	Chiny	Indie	Rosja
2000	1 403 833	630 000	700 000*	1 069 000
2001	1 197 700	754 000	675 120	1 401 000
2002	1 218 500	1 225 000	707 200	1 458 000
2003	1 168 700	2 082 000	900 750	1 475 000
2004	1 258 400	2 421 000	1 061 500	1 514 000
2005	1 369 200	3 774 000	1 143 000	1 762 000
2006	1 556 200	4 946 000	1 379 900	2 052 000
2007	1 975 500	6 171 000	1 549 800	2 754 000
2008	2 193 300	6 635 000	1 552 700	3 255 500
2009	2 474 600	10 171 000	1 951 300	1 465 700
2010	2 644 700	13 911 000	2 520 400	1 910 600

* w przybliżeniu.

Źródło: *Driving Through BRIC Markets: Lessons for Indian Car Manufacturers* (2011).

Najważniejszym rynkiem wśród państw BRIC jest rynek chiński. Wyróżnia się wielkością i dynamiką wzrostu sprzedaży, różnicowaniem oferowanych samochodów, a także ilością firm motoryzacyjnych, sprzedających samochody na tym rynku. Dominują na nim firmy zagraniczne, współpracujące z krajowymi producentami. W ostatnich latach coraz bardziej dynamicznie rozwijali się również rodzimi (prywatni) producenci – m.in. Chery Automobile, Geely Automobile, BYD, Hafei, Jiangfuai, Chang'an, Great Wall, Roewe (*China's passenger car market*, 2006).

Drugim pod względem wielkości rynkiem motoryzacyjnym z państw BRIC jest rynek brazylijski. Jest to najbardziej dojrzały rynek ze wszystkich państw tej grupy. Większość samochodów produkowanych w Brazylii trafia do sprzedaży w tym kraju, co wynika z dużego dostosowania przez korporacje transnarodowe samochodów oraz części i komponentów do wymagań klientów na tym rynku. W Brazylii dominuje sprzedaż nowych samochodów.

Rynek indyjski jest obecnie trzecim pod względem wielkości rynkiem motoryzacyjnym BRIC. Ponad połowa sprzedawanych na nim samochodów osobowych jest produkowana przez rodzime firmy. Trzy zakłady: Maruti-Suzuki, Tata Motors oraz Mahindra w 2010 r. posiadały około 65% udziału w rynku (*Automobiles Sector in India: Fast Growth*, s. 4). Indyjski rynek nadal w dużym stopniu chroniony jest przez cła importowe, co powoduje, że wiele zagranicznych

korporacji traktuje Indie jako kraj dający możliwość pozyskiwania części i komponentów do produkcji samochodów, a nie jako rynek zbytu. Zagraniczni producenci, którzy decydują się na działalność w Indiach, nie rozwijają produkcji samochodów odpowiadających potrzebom konsumentów, ale dostosowują do oczekiwań konsumentów w Indiach modele aut sprzedawanych w innych państwach (*Winning the BRIC...*, s. 22). Potrzeby indyjskiego społeczeństwa w dużo większym stopniu uwzględniają natomiast lokalni producenci, którzy projektują i wytwarzają samochody przeznaczone specjalnie na ten rynek – głównie małe pojazdy (czego przykładem jest Nano, produkowany przez firmę Tata Motors oraz jego młodszy konkurent RE60) (*Groźny rywal Tata Nano*, 2011).

Rosja, ostatni z rynków państw BRIC, przez długi czas była zamknięta na zagranicznych producentów. Dopiero w drugiej połowie lat 90. nastąpiła deregulacja, w wyniku której międzynarodowe korporacje zaczęły eksportować do Rosji coraz więcej samochodów, a także nawiązywać inne formy współpracy z rosyjskimi firmami. Zmianom tym towarzyszył wzrost sprzedaży. Od roku 2000 sprzedaż samochodów osobowych na rosyjskim rynku wzrastała w tempie 15% rok do roku (Firsova, 2009, s. 5). Sytuacja uległa gwałtownej zmianie na skutek kryzysu finansowego lat 2007–2009. Podczas gdy w Chinach, Indiach i Brazylii sprzedaż samochodów nadal rosła, w Rosji w 2009 r. nastąpił 50% spadek sprzedaży w stosunku do roku poprzedniego (Chrysler, 2010). Spadek ten okazał się jednak krótkotrwały i już w 2010 r. miał miejsce ponowny wzrost sprzedaży.

3.3. EKSPORT I IMPORT SAMOCHODÓW ORAZ CZĘŚCI I KOMPONENTÓW

W ciągu ostatniej dekady wzrosło znaczenie państw BRIC w wymianie handlowej samochodami oraz częściami i komponentami wykorzystywanymi do ich produkcji (wartość eksportu i importu w ciągu dekady 2000–2010 zawiera tabela 3). Wymiana handlowa w największym stopniu dotyczy części i komponentów, chociaż rodzimi producenci z państw BRIC sprzedają na zagraniczne rynki również gotowe samochody.

Wszystkie cztery kraje w sposób zasadniczy zwiększyły swoją pozycję. W latach 2000–2010 największy wzrost wymiany handlowej zanotowały Chiny. Eksport samochodów oraz części i komponentów wzrósł w tym kraju ponad 17-krotnie natomiast import prawie 14-krotnie. Drugie miejsce pod tym względem zajmują Indie, gdzie było to odpowiednio: 13,5-krotny wzrost eksportu oraz ponad 8-krotny wzrost importu. Również w Brazylii oraz Rosji nastąpił w ciągu tej dekady co najmniej kilkukrotny wzrost zarówno eksportu jak i importu.

Największe doświadczenie w eksporcie samochodów ma Brazylia, która już w pierwszej połowie lat 90. zliberalizowała swój rynek motoryzacyjny. Również Indie stały się w ostatnich latach wiodącym światowym producentem małych, energooszczędnych samochodów. Obecnie samochody produkowane w Indiach trafiają już do Europy (Niemcy, Wielka Brytania, Belgia, Holandia), Azji i Afryki

Tabela 3. Eksport i import samochodów oraz części i komponentów przemysłu motoryzacyjnego państw BRIC w latach 2000–2010 (w mln USD, ceny bieżące)

Rok	Brazylia		Chiny		Indie		Rosja	
	Eksport	Import	Eksport	Import	Eksport	Import	Eksport	Import
2000	4 683	4 154	1 581	3 798	588	421	959	2 381
2001	4 823	4 139	1 892	4 912	571	300	932	3 776
2002	4 911	2 988	2 677	6 960	692	439	1 180	4 532
2003	6 538	2 867	3 571	12 778	1 121	598	1 313	6 022
2004	8 699	3 581	6 272	14 428	1 765	908	2 202	8 993
2005	11 983	4 733	9 957	13 545	2 635	1 192	2 460	12 199
2006	13 038	6 007	14 410	18 580	2 994	1 461	2 996	20 012
2007	13 134	8 345	23 032	24 033	3 415	2 185	3 786	32 934
2008	14 750	13 189	28 636	29 069	4 875	3 505	3 873	47 453
2009	8 555	11 722	19 853	30 848	4 799	3 007	1 751	14 358
2010	12 639	17 698	28 040	53 033	7 939	3 447	2 661	26 153

Źródło: WTO (2000–2010), *Time Series Database*.

(*Automobiles sector in India...*, 2010, s. 9). Samochody produkowane przez chińskie firmy dopiero od kilku lat są sprzedawane za granicą. Firmy z tego kraju mają krótką historię oraz nadal niewielką sprzedaż (największy chiński eksporter, firma Chery Automobile, w 2010 r. sprzedał za granicą około 14 tys. pojazdów). Bardzo duża jest jednak dynamika wzrostu ich eksportu – w 2010 r. przyrost eksportu chińskich samochodów rok do roku wyniósł 75% (Waldmeir, 2011).

Dla rozwoju branży motoryzacyjnej krajów BRIC bardzo ważna jest sprzedaż części i komponentów. Obecnie wszystkie cztery kraje znajdują się na liście największych światowych eksporterów tych wyrobów, a dynamika wzrostu eksportu była bardzo wysoka przez ostatnie kilkanaście lat. W latach 1988–2006 średnia wzrostu eksportu części i komponentów w Chinach wynosiła 35,6%, w Brazylii 17,7%, a w Indiach 14,6% (Sturgeon, Biesebroek, 2010, s. 13). Państwa te eksportują nie tylko do krajów swojego regionu, ale również na inne rynki – w tym w szczególności na rynki krajów wysoko rozwiniętych (głównie Europy i Stanów Zjednoczonych). W ostatnich latach kraje te również w coraz większym stopniu zacieśniają wzajemną współpracę.

Znaczenie importu części i komponentów wykorzystywanych do produkcji samochodów jest duże we wszystkich krajach BRIC z wyjątkiem Rosji, która importuje głównie gotowe samochody. Kraje te stosują jednak zróżnicowaną

politykę. W Brazylii przeważa import części i komponentów z państw wysoko rozwiniętych (z Unii Europejskiej i Stanów Zjednoczonych) (*Brazilian Automotive Industry Yearbook*, 2011, s. 50). Do najważniejszych partnerów Chin należą: Japonia, Stany Zjednoczone, Niemcy oraz Korea Południowa (*Momentum: China's Automotive Components...*, 2009, s. 16). Indie z kolei importują części i komponenty nie tylko z krajów wysoko rozwiniętych, ale również z innych państw rozwijających się (głównie azjatyckich).

4. WPŁYW KRYZYSU FINANSOWEGO NA ROZWÓJ MOTORYZACJI W KRAJACH BRIC

Globalny kryzys 2007–2009 dotkliwie wpłynął na branżę motoryzacyjną. Problemy najwcześniej wystąpiły w korporacjach z państw wysoko rozwiniętych. Ucierpiała zarówno tzw. Wielka Trójka z Detroit (General Motors, Ford i Chrysler), jak również wiodące koncerny z Europy (Volkswagen, Renault Group, Fiat Group, PSA Group, Volvo, BMW Group) oraz z Japonii (Honda, Toyota, Mazda, Suzuki, Mitsubishi) (*Świat nie chce samochodów*, 2008). Negatywne zjawiska objęły zarówno stronę popytową (na skutek ograniczenia zdolności kredytowej klientów oraz rosnących cen paliw), jak również podażową (problemy z płynnością, straty poniesione przez producentów na rynku finansowym). W rezultacie firmy zaczęły wprowadzać przerwy w produkcji, redukcje zatrudnienia oraz wycofywać z produkcji niektóre marki samochodów. Przedsiębiorstwa mające największe problemy finansowe zostały narażone na dalej idące zagrożenia. W rezultacie szwedzka firma SAAB ogłosiła upadłość, a dwóch z trzech największych amerykańskich producentów (General Motors i Chrysler) wykorzystało pomoc rządową (co było równoznaczne z bankructwem).

Ze względu na globalny charakter kryzysu nastąpiło jego przeniesienie również na rynki BRIC. W największym stopniu dotyczyło to wymiany handlowej – nastąpił spadek zarówno eksportu, jak i importu samochodów oraz części i komponentów w tych krajach (spadek nie wystąpił jedynie w przypadku importu Chin). W odpowiedzi na zaistniałą sytuację, rząd każdego z krajów tworzących grupę BRIC podjął działania interwencyjne. W przypadku Chin był to najdalej idący program ratunkowy dla sektora motoryzacyjnego wśród wszystkich rynków wschodzących. Jako pierwsze wdrożono w styczniu 2009 r. rozwiązania mające na celu zwiększenie sprzedaży (m.in. ograniczenie podatków w przypadku zakupu samochodów małolitrażowych, subsydia dla rolników zmieniających stare pojazdy na nowe oraz dotacje mające na celu obniżkę cen paliw). Drugą część stanowiły rozwiązania przyjęte w marcu 2009 r., które zakładały restrukturyzację i wzmocnienie krajowych przedsiębiorstw (*Momentum: China's Automotive Components...*, 2009, s. 4). Podjęte w Chinach działania oprócz bieżącego wsparcia branży motoryzacyjnej w warunkach kryzysu, były również przemyślanym programem zakładającym dalszą jego ekspansję. Podobnie jak w Chinach, również w Indiach, Brazylii oraz Rosji podjęto działania ratunkowe. W każdym

z wymienionych państw były one dwukierunkowe i miały na celu wsparcie popytu na krajowym rynku oraz udzielenie pomocy finansowej przeżywającym problemy przedsiębiorstwom motoryzacyjnym. W przypadku Rosji działania te były najbardziej ograniczone (Zimmermann, Egan, Pali, 2011, s. 5; Stanford, 2010, s. 8–14; *Too many moving parts*, 2009; Gorst, 2008; Aris, 2010).

W porównaniu z państwami wysoko rozwiniętymi sytuacja branży motoryzacyjnej w krajach BRIC zarówno w czasie kryzysu, jak również po nim była dużo lepsza. Cały czas wzrastała produkcja oraz sprzedaż na tych rynkach (z wyjątkiem Rosji). Po kryzysie coraz bardziej zaczęły rozwijać się też rodzime firmy motoryzacyjne z rynków BRIC. Producenci z tych państw (w szczególności z Chin i Indii) coraz częściej decydowali się również na inwestycje za granicą (budowę nowych zakładów produkcyjnych oraz przejmowanie zagranicznych aktywów). Do przykładów można zaliczyć m.in.:

- zakup przez chiński koncern BAIC technologii i licencji na modele samochodów firmy SAAB (Yan, Klamann, 2009),
- nabycie przez firmę Geely szwedzkiej firmy Volvo (*Chiński koncern Geely przejął Volvo*, 2010),
- nabycie przez chińską firmę Shanghai Automotive Industry Corporation (SAIC) udziałów dających pakiet kontrolny (51%) w firmie Shanghai General Motors (Sturgeon, Biesebroeck, 2010, s. 23),
- inwestycje dokonane przez indyjską firmę Tata Motors: nabycie od Forda w 2008 r. marki Rover oraz firm Jaguar i Land Rover (*Tata Motors completes acquisition...*, 2008), a także 80% udziałów we włoskiej firmie projektowo-inżynierskiej Trilix (*Tata Motors acquires 80% stake...*, 2012).

Wymienione przykłady pokazują, że kryzys finansowy wzmocnił branżę motoryzacyjną w krajach BRIC. Obecnie globalny przemysł motoryzacyjny wchodzi w tzw. fazę pokryzysową. Powoduje to nowe wyzwania, dotyczące również tych rynków.

5. PERSPEKTYWY WZROSTU POZYCJI BRIC NA ŚWIATOWYM RYNKU SAMOCHODOWYM

Na dalszy rozwój przemysłu samochodowego w krajach BRIC będą miały wpływ zarówno czynniki zewnętrzne jak i wewnętrzne. Do czynników zewnętrznych można zaliczyć globalną koniunkturę i przemiany w światowej gospodarce, a także zachowania konkurencyjnych przedsiębiorstw z krajów wysoko rozwiniętych. Kluczowymi czynnikami wewnętrznymi są m.in. polityka rządów wspierająca rozwój tych branż w poszczególnych państwach, potencjał rynku oraz poprawa konkurencyjności rodzimych przedsiębiorstw należących do przemysłu motoryzacyjnego.

Istotnym warunkiem dalszego rozwoju przemysłu samochodowego jest popyt. Należy on do zewnętrznych uwarunkowań rozwoju tego przemysłu. Jednym z problemów bezpośrednio związanym z popytem jest nadprodukcja samochodów. Obecnie światowa branża motoryzacyjna jest w stanie wyprodukować ponad 90 milionów samochodów rocznie, podczas gdy globalny popyt wynosi zaledwie 60 milionów (*Car industry: danger ahead*, 2011). Towarzyszy temu duża nierównowaga lokalizacyjna popytu. Na rynkach państw wysoko rozwiniętych sprzedaż nowych samochodów odpowiada w przybliżeniu ilości samochodów używanych, które są wycofywane z użycia. Wynika z tego, że prawie cały popyt ze strony klientów kupujących swój pierwszy samochód to popyt na rynkach wschodzących. Sytuacja ta najprawdopodobniej będzie się utrzymywała. Obecnie w krajach wysoko rozwiniętych od 60% do 80% społeczeństwa posiada własny samochód, natomiast w krajach rozwijających się jest to zaledwie kilka do kilkunastu procent. Wraz ze wzrostem zamożności społeczeństwa i powiększaniem klasy średniej popyt na samochody i inne wyroby przemysłu motoryzacyjnego będzie również wzrastał. Oznacza to dobre perspektywy sprzedaży samochodów w najbliższych dekadach głównie na tych rynkach.

Oprócz popytu na możliwość wzrostu sprzedaży samochodów będą wpływały m.in.: zmiany klimatu i towarzysząca temu presja na wprowadzanie ekologicznych rozwiązań, ceny ropy na światowych rynkach i możliwość zastosowania alternatywnych źródeł energii, a także ograniczoność zasobów naturalnych i towarzyszący temu wzrost ceny surowców. Firma doradcza KPMG w raporcie poświęconym perspektywom rozwoju branży motoryzacyjnej w następnych dwu dekadach wskazuje, że zachowania konsumentów będą determinowały głównie: troska o ochronę środowiska oraz efektywność zużycia paliwa (*Expect the Unexpected...*, 2012, s. 76).

Na rozwój przemysłu samochodowego w krajach BRIC będą wpływały również strategie międzynarodowych korporacji motoryzacyjnych. Można przypuszczać, że wraz z upływem czasu w coraz większym stopniu będzie rosła konkurencja między nimi. Jednym ze sposobów konkurowania jest natomiast przenoszenie produkcji do bardziej korzystnych lokalizacji. W ślad za wiodącymi korporacjami motoryzacyjnymi, które przenoszą zakłady produkcyjne na rynki wschodzące, podążają globalni dostawcy, a w dalszej kolejności dostawcy kolejnych szczebli. Proces ten w przyszłości będzie przybierał na sile. Korporacje z krajów wysoko rozwiniętych przeżywają trudności finansowe, których doświadczyły podczas ostatniego kryzysu. Również ten czynnik będzie decydował o zachowaniu korporacji motoryzacyjnych z krajów wysoko rozwiniętych oraz o możliwości utrzymania przez nie dotychczasowej pozycji.

Bardzo ważne dla dalszego rozwoju przemysłu samochodowego w krajach BRIC są czynniki wewnętrzne. Rządy tych państw są świadome nowych wyzwań, jakie pojawiają się przed przemysłem samochodowym i chcą dostosować rodzime przedsiębiorstwa do zmieniających się warunków w gospodarce światowej. Wyrazem tego jest m.in. położenie dużego nacisku na optymalizację struktury krajowego przemysłu, zachęty dla krajowych producentów do rozwoju własnych

marek, wdrożenie rozwiązań sprzyjających ochronie środowiska oraz nowych rozwiązań technologicznych (*A New era: Accelerating toward 2020...*, 2009, s. 1–20). Szczególnie dużą wagę przywiązują do tego Chiny. W planie rozwoju na lata 2011–2015 zakłada się, że przemysł samochodowy będzie jedną z siedmiu wiodących gałęzi przemysłu. Jednym z priorytetów jest dążenie do rozwoju ekologicznych samochodów (Shipp i in., 2012, s. 69). Służy temu postęp technologiczny i nowe rozwiązania w zakresie produkcji. Drugim priorytetowym celem dla chińskiego rządu jest chęć konsolidacji rodzimego przemysłu motoryzacyjnego (Russo i in., 2009, s. 3).

Prognozy opracowywane przez różne ośrodki badawcze (w tym m.in. ekspertów Goldman Sachs) wskazują, że rynki BRIC w najbliższych dekadach będą miały bardzo duży potencjał do dalszego rozwoju (tab. 4). Z prognoz wynika, że w 2050 r. największym rynkiem motoryzacyjnym staną się Indie, natomiast łączna liczba samochodów poruszających się po drogach Indii i Chin przekroczy 1 mld już w 2040 roku (tab. 4).

Tabela 4. Prognozy dotyczące sprzedaży samochodów na rynkach BRIC do 2050 roku

Rok	Liczba posiadaczy samochodów na 1000 mieszkańców				Łączna liczba posiadaczy samochodów			
	Brazylia	Chiny	Indie	Rosja	Brazylia	Chiny	Indie	Rosja
2010	166	41	17	263	33 075	55 798	20 382	36 947
2020	273	158	45	454	60 105	224 857	62 187	60 080
2030	437	269	136	565	103 367	393 029	204 366	70 025
2040	594	327	337	605	147 164	474 244	537 411	70 019
2050	668	358	489	614	169 681	504 823	811 374	66 217

Źródło: O'Neil, Stupnytska, 2009, s. 24.

Dobre perspektywy sprzedaży samochodów oznaczają pewnego rodzaju punkt zwrotny dla rynków BRIC. Rodzime przedsiębiorstwa motoryzacyjne już nie będą musiały za wszelką cenę starać się o wejście na zagraniczne rynki w celu dalszego rozwoju, ale raczej będą mogły konkurować na własnym, znacznie bardziej znanym im rynku. Sytuacja taka oznacza jednak wzrost konkurencji między rodzimymi przedsiębiorstwami z rynków BRIC a zagranicznymi firmami.

Ważne jest zachowanie samych przedsiębiorstw z państw BRIC należących do branży motoryzacyjnej. W przyszłości przedsiębiorstwa te będą dążyły do zwiększenia efektywności zużycia energii oraz wykorzystania energii odnawialnej. Prowadzone są badania nad nowymi technologiami, co może stanowić szansę na skrócenie dystansu w stosunku do wysoko zaawansowanych technologicznie korporacji z krajów wysoko rozwiniętych. Jest to więc kolejna okazja do

umocnienia pozycji przedsiębiorstw motoryzacyjnych z krajów BRIC. Ważną rolę w tym procesie będą odgrywały własne centra badawczo-rozwojowe, współpraca z zagranicznymi firmami oraz przejmowanie zagranicznych przedsiębiorstw, dysponujących rozwiniętymi technologiami.

ZAKOŃCZENIE

W światowym przemyśle samochodowym w ciągu ostatniej dekady dokonały się fundamentalne przekształcenia. Zachodzące procesy spowodowały, że korporacje z krajów wysoko rozwiniętych nie mają już takiej przewagi nad producentami z rynków rozwijających się jak w przeszłości. Coraz ważniejszą rolę odgrywają rynki wschodzące. Kraje BRIC stawały się stopniowo miejscem inwestycji dla korporacji z krajów wysoko rozwiniętych, ważnymi ośrodkami przemysłu motoryzacyjnego w regionie, a wreszcie dołączyły do czołówki wiodących rynków motoryzacyjnych. Szczególne wzmocnienie pozycji wystąpiło po ostatnim kryzysie finansowym. Rodzime przedsiębiorstwa stały się samodzielnymi podmiotami, zdolnymi nawet przejmować producentów z krajów wysoko rozwiniętych, a Chiny zostały największym rynkiem motoryzacyjnym na świecie.

Wiele przesłanek wskazuje na to, że procesy, które wystąpiły w przeszłości, będą nadal oddziaływać na korzyść rynków BRIC. W połączeniu z perspektywami wolniejszej ekspansji przemysłu samochodowego w innych regionach świata będzie to oznaczało zajęcie przez grupę BRIC w nieodległej przyszłości wiodącej roli w branży motoryzacyjnej. Sytuacja taka oznacza dwie ważne zmiany jakościowe. W przeszłości rynki wschodzące rozwijały się dzięki produkcji tańszych, mniej zaawansowanych wyrobów, obecnie natomiast stają się liderami w wysoko zaawansowanych technologicznie branżach. Drugie przekształcenie polega na tym, że dalszy rozwój rodzimego przemysłu nie musi polegać na wchodzeniu za wszelką cenę na zagraniczne rynki (co jeszcze do niedawna było marzeniem korporacji z krajów rozwijających się). Obecnie same stały się rynkami, na których inne korporacje chcą za wszelką cenę się znaleźć. W przyszłości znaczenie tych rynków będzie nadal rosło.

BIBLIOGRAFIA

- A New Era: Accelerating toward 2020 – An Automotive Industry Transformer* (2009), Deloitte Touche Tohmatsu.
- Aris B. (2010), *Russia's car sector stalls, but foreigners still investing*, „Russia Beyond the Headlines” (http://rbth.ru/articles/2010/06/05/car_sector_stalls_foreigners_still_investing.html – data dostępu: 10.03.2011).
- Automobiles sector in India: Fast growth* (2010), “BRIC Spotlight Report”, Thomas White International Ltd., October.
- Brazilian Automotive Industry Yearbook 2011* (2011), ANFAVEA.
- Car industry: danger ahead* (2011) „The Economist”, 13 January.

- China's passenger car market* (2006), „KPMG Report”, Hong Kong.
- Chiński koncern Geely przejął Volvo* (2010), „Gazeta Wyborcza” z dnia 28.03.2010.
- Chrysler M. (2010), *Emerging Markets Lure Stalled Auto Makers With Promise of Double-Digit Growth*, WardsAuto.com. (data dostępu: 5.04.2011).
- Driving Through BRIC Markets: Lessons for Indian Car Manufacturers* (2011), Deloitte Touche Tohmatsu India Private Limited, December.
- Expect the Unexpected: Building business value in a changing world* (2012), KPMG International, February.
- Firsova A. (2009), *Automotive–Russia: Sector Report*, “UK Trade & Investment”, September.
- Gorst I. (2008), *Car import curbs have Russians in street*, „Financial Times” 21 December.
- Graves A.P. (1993), *Global Competition and the European Automobile Industry: Opportunities and Challenges*, Massachusetts Institute of Technology.
- Groźny rywal Tata Nano* (2011), „Rzeczpospolita” z 3.01.2011.
- Holweg M., Luo J., Oliver N. (2005), *The Past, Present and Future of China's Automotive Industry: A Value Chain Perspective*, “UNIDO Working Paper”, Cambridge.
- Humprey J., Memedovic O. (2003), *The Global Automotive Industry Value Chain. What Prospects for Upgrading by Developing Countries*, United Nations Industrial Development Organization, Vienna.
- Klier T.H., Rubenstein J.M. (2009), *Imports of intermediate parts in the auto industry – A case study*, w: *Measurement Issues Arising From The Growth of Globalization*, S.N. Houseman, K.F. Ryder (ed.), Conference Papers, National Academy of Public Administration, Washington D.C.
- Momentum: China's Automotive Components Sector Emerging from Crisis* (2009), KPMG.
- Nag B., Banerjee S., Chatterjee R. (2007), *Changing features of the automobile industry in Asia: Comparison of production, trade and market structure in selected countries*, Asia-Pacific Research and Training Network on Trade, “Working Paper Series”, No. 37, July.
- New Horizons: Multinational Company Investment in Developing Economies* (2003), McKinsey Global Institute, San Francisco, October.
- O desempenho da distribuição automotiva no Brasil* (2010), Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores, Sao Paulo.
- OICA (2000–2010), *Production statistics*.
- O'Neil J., Stupnytska A. (2009), *The long-term outlook for the BRICs and N-11 post crisis*, “Global Economics Paper”, No. 192, Goldman Sachs, December.
- Pavlínek P., Ženka J. (2011), *Upgrading in the Automotive industry: firm-level evidence from Central Europe*, “Journal of Economic Geography”, Vol. 11, Issue 3, 21 June.
- Porter M.E. (1998), *Clusters and the new economics of competition*, „Harvard Business Review” No 11-12.
- Product Market Study: Brazil's Auto-Parts Market* (2008), “MATRADE São Paulo”, No 1, March.
- Ranawat M., Tiwari R. (2009), *Influence of government policies on industry development: The case of India's automotive industry*, “Working Paper” No. 57, Hamburg University of Technology, March.

- Richet X., Ruet J. (2008), *The Chinese and Indian automobile industry in perspective: technology appropriation, catching-up and development*, "Transition Studies Review", Vol. 15, No. 3, Springer, December.
- Russo B., Tse E., Ke T., Peng B. (2009), *The Eight Overarching China Automotive Trends That Are Revolutionizing the Auto Industry*, Booz & Company Inc.
- Shipp S.S., Gupta N., Lal B., Scott J.A., Weber Ch.L., Finnin M.S., Blake M., Newsome S., Thomas S. (2012), *Emerging Global Trends in Advanced Manufacturing*, Institute for Defense Analyses, Alexandria, March.
- Stanford J. (2010), *The geography of auto globalization and the politics of auto bailouts*, „Cambridge Journal of Regions, Economy and Society”, Vol. 3, Issue 3.
- Sturgeon T.J., van Biesebroeck J. (2010), *Effects of the Crisis on the Automotive Industry in Developing Countries*, World Bank, June.
- Szamoszszegi A. (2010), *How Chinese Government Subsidies and Market Intervention Have Resulted in the Offshoring of U.S. Auto Parts Production: a Case Study* (http://www.steelnet.org/new/new_body.html – data dostępu: 26.01.2010).
- Świat nie chce samochodów (2008), „Dziennik” z 17.12.2008.
- Tata Motors acquires 80% stake in Italy's Trilix (2012), www.moneycontrol.com (data dostępu: 4.01.2012).
- Tata Motors completes acquisition of Jag, Land Rover (2008), Reuters, 2 June.
- The U.S. and Michigan Motor Vehicle Statistical Report (2007), Senate Fiscal Agency, February.
- Too many moving parts (2009), „The Economist”, 5 February.
- Waldmeir P. (2011), *Chinese carmakers target export markets*, "Financial Times", 30 October.
- Winning the BRIC Auto Markets (2010), The Boston Consulting Group.
- Womack J., Jones D., Roos D. (2008), *Maszyna która zmieniła świat*, Wydawnictwo ProdPress, Wrocław.
- Wójtowicz M. (2008), *Rozwój przemysłu samochodowego w Brazylii w latach 1957-2005*, w: *Procesy transformacji układów przestrzennych przemysłu na tle zmieniającego się otoczenia*, Z. Ziolo, T. Rachwał (red.), Prace Komisji Geografii Przemysłu PTG, nr 10, Warszawa–Kraków.
- WTO (2000–2010), *Time Series Database*.
- Wynstra F., von Corswant F., Wetzels M. (2010), *In chains? An empirical study of antecedents of supplier product development activity in the automotive industry*, "Journal of Product Innovation Management", Vol. 27, Issue 5.
- Yan F., Klamann E. (2009), *China's BAIC Buys Saab Assets; Spyker Still in Talks*, Reuters, 14 December.
- Zimmermann A., Egan M., Pali P. (2011), *Industry Overview: Automotive in Brazil*, Havas Digital Insight, September.

STRESZCZENIE

Celem artykułu jest pokazanie przekształceń na światowym rynku samochodowym i zmiany pozycji krajów BRIC (Brazylia, Rosja, Indie, Chiny). Od 2000 r. kraje BRIC zwiększały produkcję i sprzedaż samochodów osobowych, a także zaczęły pełnić coraz ważniejszą rolę w światowej wymianie handlowej. Globalny kryzys

2007–2009 miał duży wpływ na przemysł samochodowy. Kraje wysoko rozwinięte doświadczyły dużego spadku produkcji i sprzedaży. Dzięki pomocy państwa udało się przetrwać najgorsze lata kryzysu. W tym samym czasie rosła produkcja i sprzedaż w krajach BRIC. Przemysł samochodowy tych krajów mimo wielu wyzwań ma duże szanse na dalszy rozwój i umocnienie swojej pozycji na światowym rynku.

Słowa kluczowe: przemysł samochodowy, kraje BRIC, globalny rynek motoryzacyjny.

NEW POSITION OF BRIC COUNTRIES IN THE GLOBAL AUTOMOTIVE MARKET

ABSTRACT

The aim of this article is to present the transformation of the global automotive market and the new position of the BRIC countries (Brazil, Russia, India, China). They increased production and sales of passenger cars since 2000, and began to play a more important role in the world trade. The global crisis of 2007-2009 had a significant impact on the industry. Developed countries experienced a large drop in the car production and sale. With the help of the state they managed to survive the worst of the crisis. At the same time car production and sales in the BRIC countries increased. Despite many challenges, the automotive industry of these countries faces good prospects for further development and strengthening its position in the global market.

Keywords: automotive industry, BRIC countries, global automotive market.

JEL Classification: F63, L62