

УДК 339.9

АНАЛИЗ МАКРОРЕГИОНАЛЬНЫХ РЫНКОВ ГРУЗОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ПЕРСПЕКТИВНОСТИ ИХ ОСВОЕНИЯ РОССИЙСКИМИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ

© 2020. *Е. Ю. Забавина, И. А. Здыховский*

В статье исследованы тенденции развития макрорегиональных рынков грузовых автомобилей. С учетом рисков и тенденций дальнейшего развития выявлены наиболее перспективные для освоения российскими компаниями грузового автомобилестроения рынки.

Ключевые слова: рынок грузовых автомобилей, регион, конкуренция, риски, международная торговля, внешнеэкономическая деятельность.

Постановка проблемы. В Российской Федерации выпуском грузовых автомобилей занимается целый ряд предприятий, включая такие крупные компании, как ГАЗ, КАМАЗ и УРАЛ. Масштабы их деятельности позволяют не только удовлетворять потребности российского рынка, но и экспортировать продукцию за рубеж.

В настоящее время российские производители грузовых автомобилей осуществляют внешнеэкономическую деятельность на территории нескольких десятков стран по всему миру. Однако торговые войны и обострение конкурентной борьбы требуют усиления позиций российских производителей на внешних рынках, в связи с чем проблема поиска новых рынков сбыта приобретает особую актуальность. Настоящее исследование призвано содействовать решению данной проблемы путем проведения анализа мирового и региональных рынков грузовых автомобилей с точки зрения перспективности их дальнейшего освоения российскими производителями грузовых автомобилей.

Анализ последних исследований и публикаций. Обзор и анализ различных аспектов функционирования мирового рынка грузовых автомобилей нашли свое отражение в работах таких ученых, как К. Валиа, Р. Матиссек, Дж. С. Рейскин, А. Рикошинский, Е. Тарукин, С. Хиллари и др. В целом следует отметить, что данные вопросы мало освещены в современных исследованиях ученых-экономистов. Вместе с тем, обзоры и прогнозы развития рынка грузовых автомобилей широко представлены консалтинговыми компаниями, такими как McKinsey и Deloitte.

Целью статьи является исследование и выявление рынков, представляющих наиболее перспективными для освоения российскими производителями грузовых автомобилей.

Результаты исследования. Прежде всего, рассмотрим присутствие крупнейших компаний грузового автомобилестроения на региональных рынках. В таблице 1 представлены продажи грузовых автомобилей четырьмя крупнейшими компаниями отрасли по регионам в 2019 году.

Из данных таблицы следует, что наибольшими рынками грузовой техники являются НАФТА и европейский регион, где только крупнейшие компании реализуют около четырехсот тысяч единиц продукции в год. Достаточно крупным рынком представляется и азиатский рынок, который, однако, игнорируется или недостаточно активно осваивается лидерами рынка. Также присутствие крупных игроков ограничено

в Африке и Латинской Америке. Данный факт свидетельствует о перспективе наращивания объемов экспорта производителями грузовых автомобилей, в том числе российскими. Более того, такое решение представляется необходимым для завоевания стабильной доли на соответствующих рынках и укрепления позиций российских компаний на фоне угроз со стороны более крупных конкурентов.

Таблица 1

Объемы продаж крупнейших производителей грузовых автомобилей по регионам в 2019 г, ед.
[1; 2; 3; 4; 5].

Компания	Рынок						
	Латинская Америка*	НАФТА	Азия	Европа	Африка	Австралия	Всего
Daimler	43000	201000	135000	80000	24450	5555	489000
Volvo	16759	70762	43062	88219	10318	3648	232769
Рассар	9000	119000	10850	57000	0	2811	198800
Traton	48350	8000	32370	135000	16130	2169	242000
Всего	117109	398762	221282	360220	50898	14183	1162569

*в состав данного регионального рынка входят рынки стран Южной и Центральной Америки, кроме Мексики, а также рынки стран Карибского бассейна.

Согласно прогнозу McKinsey & Company, к 2025 и 2030 годам зрелые высокодоходные рынки останутся основными источниками прибыли для сектора средних и тяжелых грузовиков (грузовики > 6 т). Исследование также показывает, что развитые рынки демонстрируют большую рентабельность в послепродажном обслуживании, чем в продажах новых грузовых автомобилей [6].

На региональном уровне НАФТА и Западная Европа остаются наиболее прибыльными рынками, внося примерно 65 % в общий пул прибыли. Развивающиеся рынки, вероятно, будут испытывать доходность ниже среднего уровня, особенно в Южной Америке (хотя Бразилия демонстрирует признаки восстановления рынка), Индии и Азиатско-Тихоокеанском регионе.

Центральная и Восточная Европа, вероятно, будет единственным регионом, который будет сочетать относительно высокую рентабельность (6,2 % в 2030 году) с ростом выше среднего удельного объема при совокупном годовом темпе роста в 3,8 % до 2030 года.

Ожидается, что китайский рынок грузовых автомобилей расширит пул прибыли с 1,6 млрд. евро до 1,8-2,4 млрд. евро в 2030 году за счет роста привлекательности премиум-сегмента, в то время как доля премиального импорта на китайском рынке грузовых автомобилей будет в значительной степени стагнировать. Согласно прогнозам, мировые производители грузовиков локализируют свою продукцию в Китае и будут конкурировать за рынок с более высоким бюджетом.

В McKinsey также предполагают, что глобальные производители грузовиков в настоящий момент должны сосредоточиться на трех направлениях деятельности:

- захватывать прибыли на зрелых рынках с подготовкой к новым возможностям на отдельных развивающихся рынках, особенно в верхнем бюджетном сегменте в Китае;
- предпринять согласованные усилия для выполнения нормативных и рыночных обязательств с сильным акцентом на стоимость и операционное превосходство;
- реинвестировать прибыль для создания новых возможностей и бизнес-моделей в будущем.

Наиболее крупным рынком грузовых автомобилей, согласно прогнозам, в ближайшие годы останется Китай, за ним следуют Индия и НАФТА. При этом

наибольший рост объемов продаж в абсолютных числах ожидается на рынке Индии, меньший, но также значительный – на рынке НАФТА и в Восточной Европе. Сокращение продаж ждет только Китай, Японию и Корею (табл. 2).

Таблица 2
Текущий и прогнозный объёмы продаж на региональных рынках грузовых автомобилей [6]

Региональный рынок	Годовой объем в 2019 г., тыс. ед.	Годовой объём к 2025 году, тыс. ед. (прогноз)	Изменение, тыс. ед. (прогноз)
Китай	1300	1160	-140
Индия	423	578	155
НАФТА	496	568	72
Западная Европа	323	341	18
Восточная Европа	174	255	81
Азиатско-Тихоокеанский регион	210	248	38
Африка и Ближний Восток	97	141	44
Япония и Корея	128	101	-27
Бразилия	55	97	42
Южная Америка	62	96	34

Рынками с рентабельностью выше пяти процентов в настоящее время являются практически все существующие регионы, однако в ближайшем будущем такие показатели сохранят только рынки НАФТА, Западной и Восточной Европы, Японии и Кореи (табл. 3).

Таблица 3
Текущая и прогнозная рентабельность продаж на региональных рынках грузовых автомобилей [6]

Региональный рынок	Рентабельность в 2019 г., %	Рентабельность в 2030 г., % (прогноз)
НАФТА	8,6	9,6
Западная Европа	8,4	9,3
Япония и Корея	6,6	6,9
Восточная Европа	6,3	6,2
Африка и Ближний Восток	6,1	4,0
АСЕАН и Австралия	6,0	2,8
Индия	5,4	3,0
Китай	4,7	4,6
Южная Америка	2,1	1,4
Бразилия	-1,6	2,8

Рассмотрим данные рынки подробнее с точки зрения привлекательности для российских компаний.

Рынок Южной Америки (без учета Бразилии), по прогнозам Deloitte и McKinsey, вырастет к 2025 году примерно в полтора раза до 96 тыс. машин в год. Однако рентабельность на этом рынке имеет тенденцию к снижению, хотя она и без того составляет лишь 2,1%. Крупнейшими игроками рынка являются Daimler с брендом Freightliner и Traton, т.к. в Бразилии производится значительная доля их грузовиков Volkswagen.

Рынок Бразилии, впрочем, чаще всего рассматривают как отдельный региональный рынок, т.к. его объём сопоставим с суммарным объемом рынков остальных стран Латинской Америки. Он также демонстрирует тенденцию к росту, но рентабельность продаж, несмотря на постепенное повышение, к 2025 году вырастет

лишь до 2,8%, в то время, как сейчас, она отрицательная. Освоение данного рынка российскими компаниями осложняется тем, что он значительно отдален от России, и доминируют на нём корпорации, уже основавшие там собственные предприятия: вышеупомянутый Traton и Passar, владеющий предприятием DAF Brasil.

Рынок НАФТА (Североамериканской ассоциации свободной торговли) является вторым крупнейшим региональным рынком в мире. Ожидается, что к 2025 году он уступит это место рынку Индии, однако рост объема рынка всё равно ожидается. Также это наиболее привлекательный рынок с точки зрения рентабельности, как сейчас, так и в перспективе. Его освоению, однако, препятствует тот факт, что местные покупатели исторически предпочитают автомобили локальных фирм. В связи с этим на рынке доминируют американские корпорации, включая Passar, а также бренды Freightliner и Mack, принадлежащие Daimler и Volvo соответственно. Также освоение рынка осложняется его отдаленностью от России, отсутствием активного экономического сотрудничества между ней и странами региона, а также политическими рисками.

Несмотря на значительные объёмы, высокую рентабельность и относительную территориальную близость, аналогичные проблемы не позволяют российским компаниям рассчитывать на успешное освоение европейских рынков. Кроме того, европейские корпорации Daimler, Traton и Volvo, а также самостоятельная фирма Iveco и DAF – европейское отделение Passar – создают чрезвычайно жёсткую конкуренцию на рынке.

Региональный рынок Африки и Ближнего Востока, по прогнозам, продемонстрирует значительный рост – примерно в полтора раза, при этом сохранив относительно высокую рентабельность продаж (около 4%). Этот регион не так сильно отдален от России и не характеризуется ожесточенной конкуренцией: корпорация Passar, например, на нём вообще не представлена.

В Азии следует отдельно выделить рынки Китая, Японии и Кореи, Индии, АСЕАН. Рынок Индии представляется достаточно привлекательным для освоения, так как не характеризуется серьезной конкуренцией, является самым быстрорастущим в мире в долгосрочном периоде и обеспечивает относительно высокую рентабельность продаж на ближайшие несколько лет – после этого прогнозируется ее снижение, впрочем, не до критически низких показателей. Из крупных концернов на рынке широко представлен только Daimler с брендом Bharat Benz.

Рынки Китая, Японии и Кореи характеризуются достаточно высокой рентабельностью продаж, но демонстрируют тенденцию к рецессии в среднесрочном периоде. Кроме того, для них характерна высокая конкуренция со стороны местных производителей (Dongfeng, Shaanxi, Howo, Daewoo, Fuso, Nissan и многих других) и совместных предприятий зарубежных корпораций (таких, как Auman, частично принадлежащий Daimler). Учитывая невозможность попасть на рынок некоторых стран региона (в частности КНР) иначе как путем создания предприятия на территории страны, это обстоятельство делает освоение рынка сложным и рискованным.

Рынки АСЕАН и Австралии демонстрируют весьма умеренный рост на общем фоне. С другой стороны, рост спроса на 38 тысяч автомобилей к 2025 году означает ежегодный прирост объема рынка примерно на 6000 автомобилей, что, к примеру, для ПАО «КАМАЗ» сопоставимо с годовым экспортом всей компании. Данный факт делает этот растущий рынок привлекательным для освоения, особенно с учетом того, что АСЕАН является общим рынком, а с одной из стран региона – Вьетнамом – Россия уже заключила соглашение о свободной торговле. Проблемой может стать только падение рентабельности продаж до 2,8% с нынешних 6%.

Исходя из результатов данного анализа, представляется наиболее рациональным сконцентрировать усилия российских компаний на освоении рынков Индии, АСЕАН, Африки и Ближнего Востока.

В табл. 4 представлены продажи грузовых автомобилей на крупнейших национальных рынках АСЕАН и Южной Азии, Ближнего Востока и Африки.

Таблица 4

Продажи грузовых автомобилей на крупнейших национальных рынках АСЕАН и Южной Азии, Ближнего Востока и Африки [7]

Страна	Продажи в 2019 году, ед.
Индия	854839
Таиланд	538914
Индонезия	244204
ЮАР	181233
Филиппины	142468
Саудовская Аравия	72572
Малайзия	54108
Вьетнам	47869
Египет	43569
Иран	36487
ОАЭ	28000
Ирак	25597

Можно отметить, что крупнейшие национальные рынки АСЕАН и Южной Азии в основном характеризуются большим объемом, чем крупнейшие национальные рынки Ближнего Востока и северной Африки, а крупнейшие рынки Африки южнее Сахары практически несопоставимы с ними по объему, за исключением рынка ЮАР. Таким образом, с точки зрения вместимости рынка, наиболее перспективными регионами для проникновения и расширения ВЭД являются Индия и страны АСЕАН, страны Ближнего Востока и Северной Африки, а также ЮАР.

В табл. 5 представлены продажи на наиболее быстрорастущих рынках Южной и Юго-Восточной Азии, Африки и Ближнего Востока в динамике за последние три года.

Таблица 5

Продажи на наиболее быстрорастущих рынках Южной и Юго-Восточной Азии, Африки и Ближнего Востока в 2017-2019 гг. [7]

Страна	2017	2018	2019	Прирост, %
Алжир	3200	3602	6311	97
Габон	954	1020	1183	24
Египет	28408	38583	43569	53
Ирак	16787	21219	25597	52
Кения	3124	4555	3336	7
Кот-д'Ивуар	3001	3565	3643	21
Кувейт	10272	12012	14407	40
Лаос	4704	5165	6336	35
Марокко	13287	14136	17562	32
Мьянма	4934	10567	14540	195
Нигерия	3500	8450	4700	34
ОАЭ	12800	13900	28000	119
Таиланд	340191	357220	538914	58
Уганда	1086	1115	1668	54

Данные (табл. 5) демонстрируют, что наряду с крупнейшими национальными рынками регионов существует целый ряд более мелких рынков, в основном расположенных в Африке южнее Сахары, которые демонстрируют значительный рост с тех пор, как Международная организация автопроизводителей (OICA) начала фиксировать объем продаж грузовых автомобилей на них. Это даёт основания утверждать, что африканский регион, несмотря на пока низкий объём продаж, может представлять интерес для освоения в долгосрочном периоде.

Выводы. Исходя из результатов анализа различных региональных рынков грузовых автомобилей, представляется наиболее рациональным сконцентрировать усилия российских компаний на освоении рынков Индии, АСЕАН, Африки и Ближнего Востока. Первые шаги на этом пути уже сделаны, т.к. в Индии, Индонезии (АСЕАН) и Иордании (Ближний Восток) существуют совместные предприятия, выпускающие продукцию КАМАЗ.

Данный выбор оправдывается также тем, что с учетом рисков, имеющих место на внешних рынках, российским производителям грузовых автомобилей следует в качестве экспортных регионов отдавать предпочтение тем, где такие риски минимальны, то есть странам с достаточно стабильной и открытой экономикой, имеющим крепкие партнерские отношения с Российской Федерацией. К таким странам относятся и многие страны Азии, Африки и Ближнего Востока.

При этом индийский регион представлен лишь одной страной - Индией, АСЕАН является общим рынком, а рынки Ближнего Востока и Африки не объединены, что вызывает необходимость расширять географическое присутствие в данных регионах. В то же время, как предполагают Deloitte и McKinsey [6; 8], крупнейшие корпорации в ближайшие годы не будут концентрировать внимание на данных рынках, ориентируясь на борьбу за развитые рынки и подготовку к экспансии в Китае. Это обстоятельство открывает перед российскими компаниями «окно возможностей», связанное с перспективой надежно закрепиться в упомянутых регионах.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. 2019 Australian truck sales: who grew, who didn't // Trucksales [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.trucksales.com.au/editorial/details/2019-australian-truck-sales-who-grew-who-didnt-122323/> (дата обращения: 05.05.2020).
2. Daimler [Электронный ресурс]. – Режим доступа: daimler.com (дата обращения: 05.05.2020)
3. TRATON Group [Электронный ресурс]. – Режим доступа: traton.com (дата обращения: 05.05.2020).
4. Volvo (Volvo B) // MarketScreener [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.marketscreener.com/VOLVO-6492152/company/> (дата обращения: 05.05.2020).
5. RACCAR [Электронный ресурс]. – Режим доступа: raccar.com (дата обращения: 05.05.2020)
6. Route 2030 – A Regional View On Truck Industry Profit Pools // McKinsey Center For Future Mobility [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/~/media/mckinsey/industries/automotive%20and%20assembly/our%20insights/a%20regional%20view%20of%20truck%20industry%20profit%20pools/a-regional-view-of-truck-industry-profit-pools-web-final.ashx> (дата обращения: 05.05.2020).
7. International Organization of Motor Vehicle Manufacturers [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.oica.net/category/sales-statistics/> (дата обращения: 05.05.2020).
8. Truck Market 2024 Sustainable Growth in Global Markets // Deloitte [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/de/Documents/strategy/DELO_Truck-Studie-2014-s.pdf (дата обращения: 05.05.2020).

Поступила в редакцию 06.05.2020 г.

ANALYSIS OF MACROREGIONAL TRUCK MARKETS IN TERMS OF PROSPECTS FOR THEIR DEVELOPMENT BY RUSSIAN MANUFACTURERS

E. Y. Zabavina, I. A. Zdikhovskiy

The article examines the development trends of macroregional truck markets. Taking into account the risks and trends of further development, the authors identify the most promising markets for development by Russian truck industry companies.

Keywords: truck market, region, competition, risks, international trade, foreign economic activity.

Забавина Екатерина Юрьевна

кандидат экономических наук, доцент кафедры «Международная экономика»
ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет», г. Донецк
zabavina-e@mail.ru
+38-071-404-57-44

Здиховский Игорь Александрович

студент кафедры «Международная экономика»
ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет», г. Донецк
igor.zdikhovskiy@mail.ru
+38-071-475-20-27

Zabavina Ekaterina

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the International Economy
Department
Donetsk National Technical University, Donetsk

Zdikhovskiy Igor

student of the Department «International Economics»
Donetsk National Technical University, Donetsk