

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА ТРУБНОЙ ПРОДУКЦИИ DEVELOPMENT TRENDS OF THE RUSSIAN PIPE MARKET

И.Д. Дьяченко¹, Г.А. Шавкун²

^{1,2}Донецкий национальный технический университет, г. Донецк

Аннотация. В статье проанализирована структура и динамика производства и потребления трубной продукции на российском рынке, приведены основные показатели, характеризующие развитие трубной отрасли России, содержится оценка экспорта и импорта трубной продукции РФ, охарактеризованы тенденции развития российского рынка трубной продукции, оценена роль производителей РФ на мировом рынке, определены основные направления развития трубной отрасли России.

Ключевые слова: трубная продукция, производство, потребление, российский рынок, мировой рынок, экспорт, импорт.

Abstract. The article analyzes the structure and dynamics of production and consumption of pipe products in the Russian market, presents the main indicators characterizing the development of the Russian pipe industry, provides an assessment of the export and import of pipe products in the Russian Federation, characterizes the development trends of the Russian and world pipe products market, evaluates the role of Russian manufacturers in the world market, the main directions of development of the Russian pipe industry are determined.

Keywords: pipe products, production, consumption, Russian market, world market, export, import.

Постановка проблемы. Трубная промышленность является одной из базовых специализированных подотраслей черной металлургии России, развитие которой во многом определяет потенциал экономики в целом, т.к. трубная продукция востребована во многих секторах национального и мирового рынка. Среди таких секторов можно отметить нефтегазовый, машиностроительный, энергетический, жилищно-коммунальный, строительный и многие другие. При этом данная подотрасль, как и вся российская промышленность, в последние годы столкнулась с рядом проблем, оказавших и продолжающих оказывать негативное воздействие на эффективность деятельности предприятий, выпускающих трубную продукцию. В числе таких проблем можно отметить замедление мировой экономики, усиление конкуренции на мировом рынке на фоне снижения платежеспособного спроса, снижение цен на трубную продукцию. Так, согласно прогнозам рейтингового агентства Fitch [1] темп роста мировой экономики в 2019 г. достигал 2,6% по сравнению с 3,2% в 2018 г., а в 2020-м – прогнозировался на уровне в 2,5%, то по оценкам Всемирного банка [2] в 2020 г. сокращение мирового ВВП может составить 5,2 %. При этом состояние мирового рынка трубной продукции во многом зависит от динамики нефтедобывающего сектора, как одного из основных потребителей данной продукции. По данным американской компании Baker Hughes [3], число буровых установок по всему миру в 2019 г. сократилось на 201 ед., или на 9%, до 2043 ед., что обусловило снижение средних мировых цен на нарезные трубы нефтяного сортамента (oil country tubular goods, OCTG) на 32%. Согласно данным Фонда развития трубной промышленности (ФДРП) [4] профицит мощностей по производству труб большого диаметра (ТБД) в РФ возрос с 3,6% в 2018 г. до 8,2% в 2019 г. Вышеуказанное дает основания полагать, что в ближайшие годы трубная промышленность России вряд ли сможет сохранить темпы развития последних лет. В связи с этим особую актуальность приобретает оценка сложившихся на данный момент тенденций как на российском, так и на мировом рынке трубной продукции для разработки направлений поддержания и развития экспортного потенциала российских предприятий, а также поиска возможности сохранить трубное производство в положении драйвера роста российской металлургии.

Анализ предыдущих исследований и публикаций. Прогнозу потребления трубной продукции посвящено исследование Бороздина А.Н. [5], институциональные особенности российского рынка трубной продукции освещались в работах Ореховой С.В., Леготина Ф.Я. [6, 7], Пряхина Г.Н. [7], статистический анализ деятельности металлургического сектора

российского и мирового рынка проводился Шпаковской Е.П., Чинаевой Т.И. и Ларионовой Е.И. [8].

Цель исследования состоит в характеристике сложившихся на данный момент тенденций на российском рынке трубной продукции для разработки направлений поддержания и развития экспортного потенциала российских предприятий на мировом рынке.

Основные результаты исследования. Трубную промышленность России, являющуюся одной из базовых специализированных подотраслей черной металлургии, характеризует интенсивная динамика развития (табл. 1).

Таблица 1

Динамика развития трубной отрасли Российской Федерации в 2000-2019 гг. [4]

| Параметры и тренды | 2000 г. | 2019 г. |
|--------------------------------------|-----------------|------------------|
| Производственные мощности | 9 млн т в год | > 23 млн т в год |
| Износ основных фондов | > 60% | < 40% |
| Инвестиции в отрасль | > 500 млрд руб. | |
| Доля высокотехнологической продукции | < 5% | > 60% |
| География экспорта | 15 стран мира | > 80 стран мира |
| Доля импорта на рынке | 30% | < 5% |

За девять лет производственные мощности отрасли выросли в 2,5 раза, износ основных фондов сократился более, чем на 20%, рост удельного веса высокотехнологической продукции превысил 12 раз, доля импорта сократилась с 30% до 5%, а география экспорта превысила 60 стран. Также наблюдается тенденция роста производства трубной продукции (рис. 1).

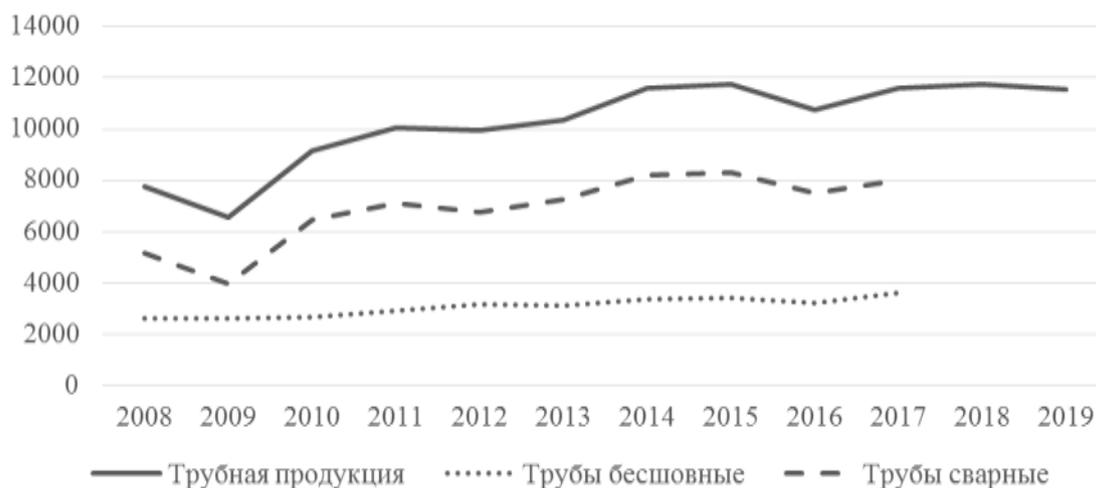


Рис. 1. Производство трубной продукции в Российской Федерации, тыс. т [4, 9]

Наибольший удельный вес в трубной продукции, производимой в России, приходится на сварные трубы, которые составляют около 2/3 общего объема производства. В течение 2008-2017 гг. минимальный удельный вес в 60,5% наблюдался в 2009 г., а максимальный – 70,9% – в 2010 г., 2011 г. и 2014 г. Так как двигателем промышленного роста в России в течение долгого периода были экспортоориентированные отрасли, то глобальные преобразования коснулись и трубной промышленности. Нефте- и газовые компании традиционно являлись и являются основными потребителями трубной продукции в России. Данный сектор формируется спросом на ТБД (трубы большого диаметра), ОСТГ (нарезные трубы нефтяного сортамента), НПП (нефтегазопроводные трубы), на долю которых в 2018 г. приходилось около 52% (рис. 2).

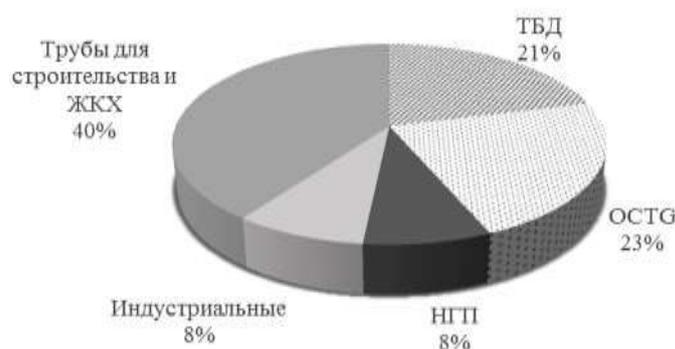


Рис. 2. Структура потребления трубной продукции в Российской Федерации в 2018 г., % [4]

В то же время значительная доля трубной продукции используется в строительстве и жилищно-коммунальном хозяйстве (ЖКХ). В 2018 г. было потреблено 3989 тыс. т такой продукции. В целом динамика российского рынка трубной продукции за 2015-2019 гг. может быть охарактеризованы следующим образом: сокращение внутреннего потребления, рост экспорта и нарастание профицита производственных мощностей. В связи с этим показательна динамика рынка ТБД в России (табл. 2).

Так, внутреннее потребление на российском рынке ТБД за 2015-2019 гг. сократилось на 38,4%; на экспорт было отгружено в три раза больше ТБД при этом профицит производственных мощностей в секторе ТБД возрос на 97,3%. В итоге к 2019 г. профицит мощностей по производству ТБД примерно был равен суммарной отгрузке ТБД на внутреннее потребление и экспорт. Для сравнения в 2015 г. профицит мощностей по производству ТБД достигал только половины суммарной отгрузки ТБД на внутреннее потребление и экспорт. Еще хуже обстоит ситуация с загрузкой мощностей по производству сварных труб среднего и малого диаметров (СТСМД) (рис. 3).

Таблица 2

Основные характеристики рынка ТБД в России [4]

| Показатель | тыс. т | | | | | 2019 г./2015 г. | |
|------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------------|-------|
| | 2015 г. | 2016 г. | 2017 г. | 2018 г. | 2019 г. | тыс.т | % |
| Внутреннее потребление | 3353 | 2140 | 1606 | 2072 | 2065 | -1288 | -38,4 |
| Отгрузка на экспорт | 197 | 365 | 1060 | 766 | 790 | 593 | 301,0 |
| Профицит мощностей | 1557 | 2702 | 2741 | 2839 | 3072 | 1515 | 97,3 |

Следует отметить, что загрузка мощностей по производству СТСМД существенному снижению в течение 2015-2019 гг. не подверглась – 39,4% в 2015 г. против 37,5% в 2019 г., но изначально была низкой. Так, если в 2015 г. загрузка мощностей по производству ТБД составляла 69,5%, то по СТСМД – только 39,4%, т.е. была меньше почти в 2 раза.

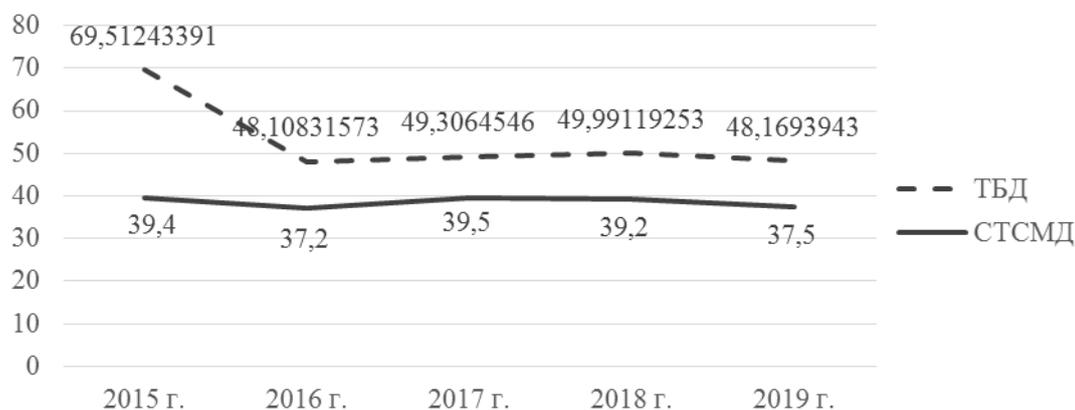


Рис. 3. Загрузка мощностей по производству отдельных видов труб, % [4]

Таким образом, российские производители трубной продукции обладают большим потенциалом, который на данный момент в полной мере не реализуется ни на внутреннем, ни на внешнем рынке. Кроме того, объемы неиспользуемых мощностей дают основания считать необходимым расширение внешних рынков сбыта трубной продукции, поскольку увеличение внутреннего потребления до подобных объемов представляется сомнительным. Следует отметить, что на российском рынке трубной продукции доминируют отечественные производители, ведущие из которых представлены в табл. 3.

Таблица 3

Структура российского рынка производителей трубной продукции

| Наименование предприятия | Доля, % | | | | 2018 г. / 2015 г. |
|-------------------------------------|---------|---------|---------|---------|-------------------|
| | 2015 г. | 2016 г. | 2017 г. | 2018 г. | |
| Выксунский металлургический завод | 18,6 | 16,3 | 17,7 | 15,7 | -2,9 |
| Челябинский трубопрокатный завод | 11 | 9,3 | 10,3 | 9,5 | -1,5 |
| Первоуральский новотрубный завод | 7,9 | 7,8 | 8,3 | 8,4 | 0,5 |
| Волжский трубный завод | 11,4 | 10,6 | 8,2 | 8,4 | -3,0 |
| Северский трубный завод | 6,1 | 6,5 | 6,4 | 6,5 | 0,4 |
| Синарский трубный завод | 6 | 5,7 | 5,4 | 5,3 | -0,7 |
| Таганрогский металлургический завод | 5,9 | 5,3 | 5,2 | 5,5 | -0,4 |
| Прочие | 33,1 | 38,5 | 38,5 | 40,7 | 7,6 |

Из динамики структуры рынка видно, что в течение 2015-2018 гг. сократилась доля группы, возглавляемой ПАО «ТМК», и представителей двух других ведущих производителей: АО «Выксунский металлургический завод» (Объединённая металлургическая компания) – на 2,9%; ПАО «Челябинский трубопрокатный завод» (Группа «Челябинский трубопрокатный завод») – на 1,5%. Из ведущих производителей возросла доля только ОАО «Первоуральский новотрубный завод», входящего в состав Группы «Челябинский трубопрокатный завод». Наибольшую долю рынка (-3,7%) потеряло ПАО «ТМК», за ним следует Объединённая металлургическая компания со значением в 2,9% и Группа «Челябинский трубопрокатный завод» с совокупным значением в 1,0%. Результаты проведенного анализа дают основания считать, что в течение 2015-2018 гг. имело место перераспределение рынка в пользу более мелких производителей трубной продукции.

В то же время нельзя не отметить и усиление внешнего присутствия на российском рынке трубной продукции, о чем свидетельствует динамика импорта, приведенная на рис. 4.

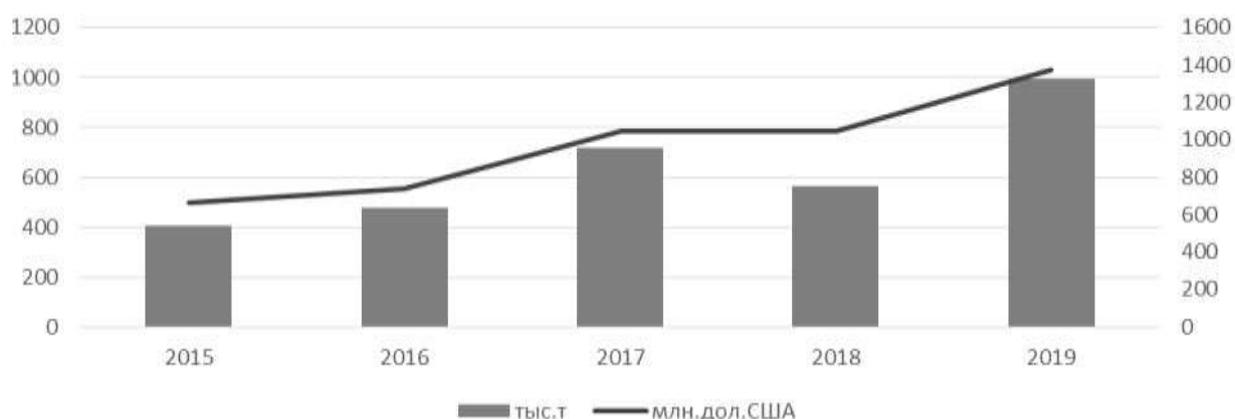


Рис. 4. Объемы трубной продукции, импортируемой Российской Федерацией, тыс. т [10]

Наиболее сильно ощущалось влияние на российский рынок украинских и китайских поставщиков, которые обладали ценовым конкурентным преимуществом. Однако импорт китайской продукции с момента введения защитных мер снижается. В то же время динамика поставок украинских труб изменчива. Объемы импорта из Украины резко снижались

дважды: после введения ЕЭК антидемпинговых пошлин в июне 2011 г. и на фоне кризиса в 2015 г. Однако в 2016 г. украинские заводы увеличили объемы поставок на фоне улучшения ценовой конъюнктуры, несмотря на прекращение действия договора о зоне свободной торговли и введение таможенных пошлин (в дополнение к антидемпинговым). Крупнейшим украинским поставщиком труб на российский рынок являлся «Интерпайп». Продуктовый портфель трубной продукции компании составляют нарезные трубы (обсадные и насосно-компрессорные), линейные бесшовные и сварные трубы. Среди других важных участников рынка – компания «Сентравис», которая специализируется на производстве высокотехнологичных нержавеющей труб.

Стабильные позиции на российском рынке занимают белорусские и казахстанские компании, в том числе и по той причине, что в отличие от других зарубежных производителей, вышеуказанные компании пользуются преимуществами резидентов свободного рынка ЕАЭС. Страны дальнего зарубежья (за исключением Китая) российском рынке представлены относительно мало. В основном это поставщики высокотехнологичных труб для нефтегазовой отрасли (японская Sumitomo Corporation, европейская VALLOUREC и др.).

Вследствие недостаточности внутреннего спроса российская трубная промышленность сильно зависит от спроса на мировом рынке, который в 2016 г. продемонстрировал существенный спад (рис. 5).

Как видно на рис. 5, в 2016 г. на мировом уровне произошло резкое сокращение объемов производства трубной продукции, составившее 70,6% в сравнении с 2015 г. При этом сокращение мирового рынка было неоднородным относительно разных стран. Так, объем производства в Китае сократился на 81,5%, в странах Северной Америки сократился на 21,3%, а в странах Евросоюза, наоборот – возрос на 5,7%. Таким образом, тенденция роста мирового рынка трубной продукции, имевшая место в течение 2009-2015 гг., сменилась в 2016 г. резким спадом, за которым последовал небольшой рост в 2017 г., составивший 3,5%. Отдельно следует отметить, что регионы, показавшие резкий спад в 2016 г., – Северная Америка и Азия – в 2017 г. восстановили объемы производства на 39,2% и 7,1% соответственно, а Евросоюз, наоборот, продемонстрировал сокращение производства на 57,3%. Итогом развития мирового рынка в течение 2015-2017 гг. стал сокращение объема производства, составившее на мировом уровне 69,6%, по странам Азии – 80,2%, Евросоюза – 54,9%, и рост производства по странам Северной Америки на 9,6%.

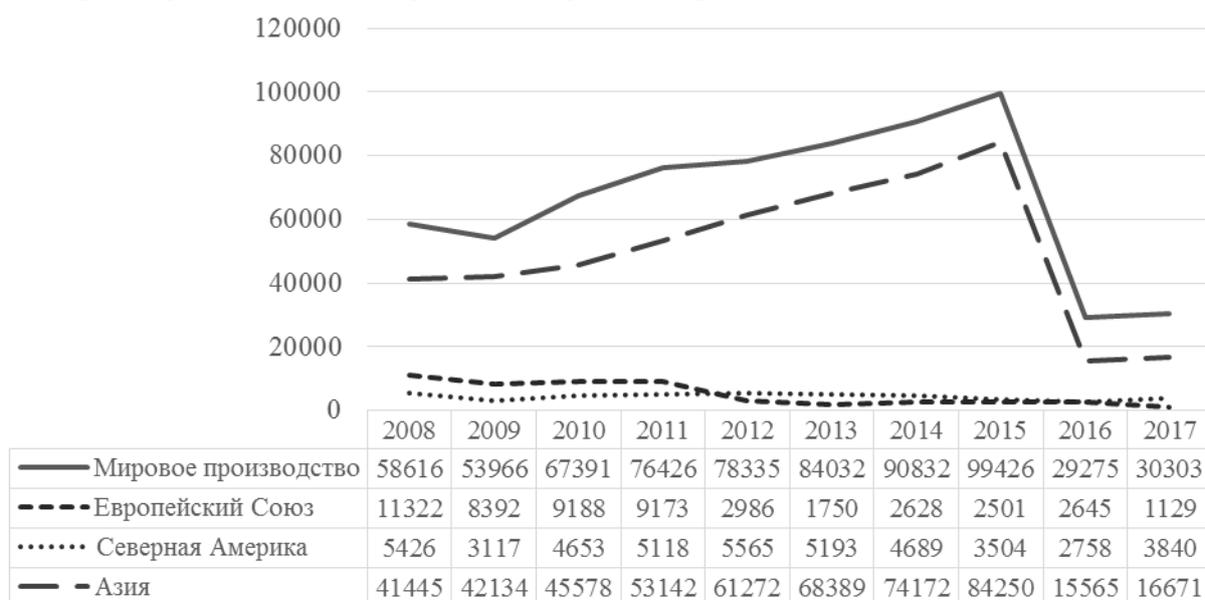


Рис. 5. Мировое производство трубной продукции, тыс. т [9]

Российская трубная промышленность в течение 2015-2017 гг. функционировала относительно стабильно в сравнении с мировой динамикой (рис. 6).

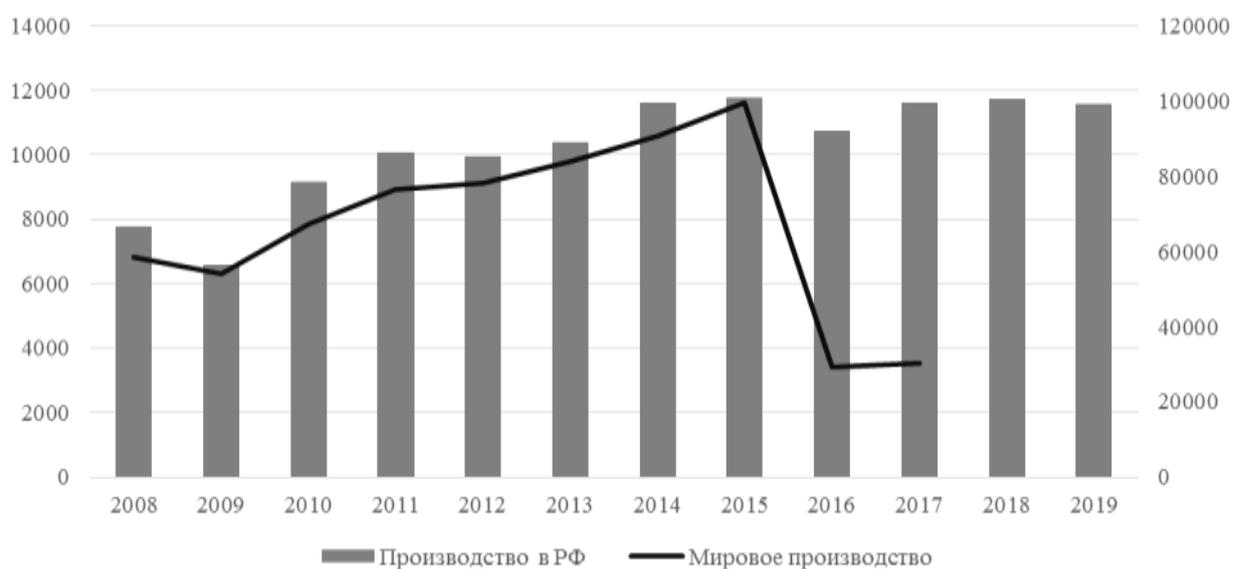


Рис. 6. Сравнение производства трубной продукции в Российской Федерации и мире [4, 9]

После сокращения производства в 2016 г. на 8,8% российская трубная промышленность в 2017 г. продемонстрировала прирост на 8,2% в основном за счет прироста экспорта, составившего 64,6% к уровню прошлого года при относительной стабильности импорта (рис. 7).

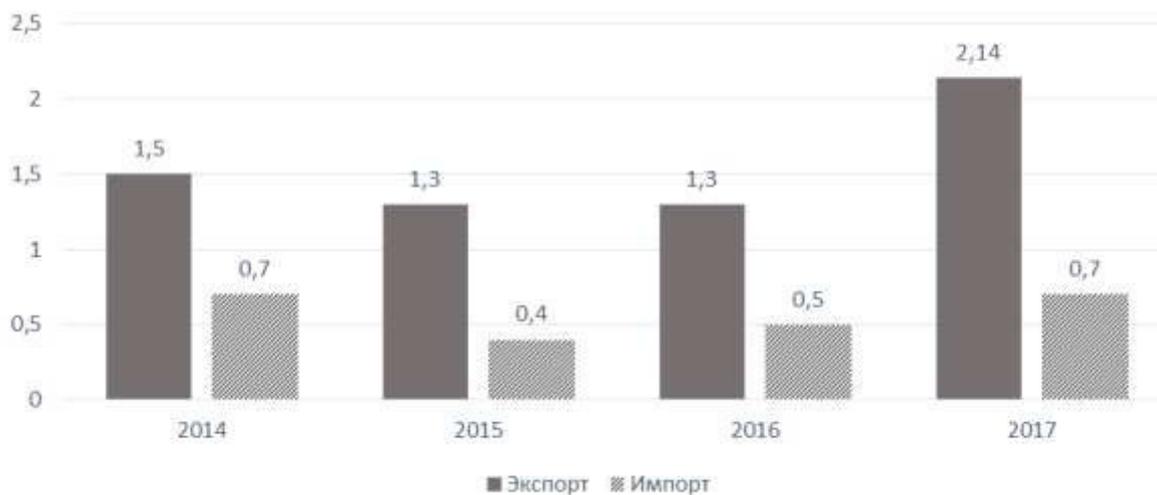


Рис. 7. Внешнеторговые операции российских производителей трубной продукции 2014-2017 гг., млн т [10]

В условиях сокращения внутреннего спроса российские производители в 2017 г. отправили на экспорт 1017 тыс. т труб большого диаметра (ТБД), вследствие чего Россия впервые стала крупнейшим в мире экспортером ТБД. Основную роль в этом сыграли поставки ТБД в объеме 665 тыс. т в Финляндию для «Северного потока-2» и 190 тыс. тонн в Турцию для «Южного потока». Кроме того, в 2017 г. Объединенная металлургическая компания осуществила поставки в Норвегию 870 т ТБД для строительства 600-метрового моста через фьорд в 100 километрах от города Тронхейм. Трубы использованы в фундаменте всех пяти главных опор моста. В 2017 г., Россия являлась одним из ведущих производителей труб различного сортамента в мире (рис. 8).

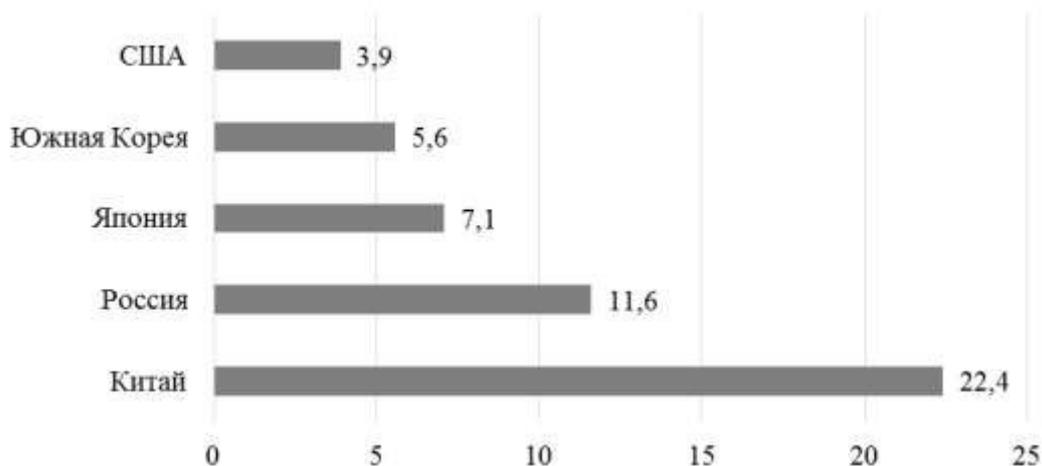


Рис. 8. Крупнейшие страны-производители трубной продукции, млн т, 2017 г. [9]

К сожалению, World Steel Association с 2019 г. перестала предоставлять свои статистические отчеты в бесплатном публичном доступе, что не дает провести точную оценку структуры мирового рынка трубной продукции на текущий момент. Тем не менее, согласно краткой версии отчета компании IndexVox [11] в 2018 г. крупнейшим производителем и поставщиком труб на мировом рынке, как и в 2017 г. оставался Китай, что определяло, как его значительное влияние на мировой рынок, так и сильную зависимость от мировых тенденций. При этом рост объемов производства стальных труб в КНР в целом обеспечивал как потребности внутреннего рынка, так и расширение экспортных операций. В результате доля китайских производителей на мировом рынке трубной продукции за пять лет возросла с 20% до 26%. В связи с тем, что в так называемом «массовом сегменте» российским производителям будет достаточно сложно конкурировать по цене с китайскими, перспективными в среднесрочной перспективе могут быть поставки товаров с высокой добавленной стоимостью (в первую очередь высокотехнологичных труб OCTG, труб для нужд энергетики и химических производств). В данном сегменте идет «конкуренция технологий» – т.е. экспортный потенциал определяется не столько ценовым преимуществом, сколько инновационным потенциалом и убедительной маркетинговой политикой. Соперничать с лидерами рынка будет непросто, однако заявленные российскими компаниями инвестиции в рост компетенций может позволить им выйти на новый уровень конкурентоспособности.

Присутствие российских компаний на североамериканском рынке, по всей вероятности, снизится по причине протекционистских заявлений администрации США. В сегменте ТБД наиболее вероятными проектами, где российские компании могут получить заказы, являются трубопроводы в среднеазиатском регионе (новая линия газопровода «Центральная Азия – Китай», возможно – ТАПИ).

Перспективными рынками сбыта для российских производителей также могут стать: Иран (возрождение нефтегазовой отрасли после снятия санкций), Сирия (после прекращения военных действий); Вьетнам (зона свободной торговли с ЕАЭС), страны Латинской Америки (после восстановления экономики и модернизации энергетического сектора).

Выводы. Для российских производителей трубной продукции характерно наличие значительного избытка производственных мощностей, задействование которых требует выхода на новые внешние рынки. При этом Россия входит в число ведущих мировых производителей трубной продукции, что дает им преимущество при выходе на новые рынки в силу наличия хорошей репутации. Однако существование на таких рынках сильной конкуренции требует от производителя взвешенного подхода и разработки обоснованной стратегии выхода на конкретный внешний рынок в отдельности.

Список литературы

1. FitchSolutions. – URL: <https://www.fitchsolutions.com>.
2. Всемирный банк. – URL: <https://www.vsemirnyjbank.org/ru/publication/global-economic-prospects>.
3. Baker Hughes. – URL: <https://www.bakerhughes.com/>.
4. Фонд развития трубной промышленности. – URL: <http://frtp.ru/>.
5. Бороздин, А. Н. Прогноз развития нефтедобывающей и трубной промышленности до 2020 г / А. Н. Бороздин // Вестник ГУУ. – 2016. – № 5. – С. 5-9.
6. Орехова, С. В. Содержательные и эмпирические аспекты институционального анализа российского трубного рынка / С. В. Орехова, Ф. Я. Леготин // Известия БГУ. – 2015. – № 4. – С. 597-606.
7. Орехова, С. В. Оценка уровня институциональной сложности и неопределённости российского трубного рынка: методические и практические аспекты / С. В. Орехова, Ф. Я. Леготин, Г. Н. Пряхин // Вестник ЧелГУ. – 2015. – №8 (363). – С. 114-126.
8. Шпаковская, Е. П. Статистический анализ деятельности металлургического сектора / Е. П. Шпаковская, Т. И. Чинаева, Е. И. Ларионова // Большая Евразия: Развитие, безопасность, сотрудничество. – 2019. – № 2-1. – С. 322-325.
9. Steel Statistical Yearbook 2018 // World Steel Association: веб-сайт. – URL: <https://www.worldsteel.org>.
10. Импорт России важнейших товаров: данные статистики // Федеральная таможенная служба России. – URL: <http://customs.ru/folder/515>.
11. IndexBox // Global Trad. – URL: <https://www.globaltrademag.com/>.

УДК 339.13

АЛГОРИТМ ВЫБОРА ЗАРУБЕЖНОГО РЫНКА ДЛЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АВТОМОБИЛЕСТРОИТЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ ALGORITHM FOR SELECTING A FOREIGN MARKET FOR THE INTERNATIONAL ACTIVITIES OF AN AUTOMOBILE COMPANY

И.А. Здиховский¹, Т.В. Семенова²

^{1,2}Донецкий национальный технический университет, г. Донецк

Аннотация. Исследование посвящено актуальной проблеме поиска новых перспективных рынков для международной деятельности автомобилестроительной компании на примере ПАО «КАМАЗ». Выбраны критерии и предложен алгоритм оценки привлекательности рынков Юго-Восточной и Юго-Западной Азии, а также Африки, что является важным этапом разработки стратегии международной деятельности компании. В результате исследования выбран рынок Малайзии, который обеспечит максимально полное достижение стратегических целей компании и наибольшую доходность внешнеторговых операций.

Ключевые слова: рынок, привлекательность, критерии, выбор зарубежного рынка, емкость, рыночная среда, конкуренция, сегмент, Малайзия, ПАО КАМАЗ.

Abstract: The research is devoted to the actual problem of searching for new promising markets for the international activities of an automobile company on the example of PJSC "KAMAZ". The authors selected criteria and proposed an algorithm for evaluating the attractiveness of the markets of South-East and South-West Asia, as well as Africa, which is an important stage in the development of the company's international strategy. As a result of the research, the Malaysian market was selected, which will ensure the most complete achievement of the company's strategic goals and the highest profitability of foreign trade operations.

Keywords: market, attractiveness, criteria, foreign market selection, capacity, market environment, competition, segment, Malaysia, public joint stock company KAMAZ.

Постановка проблемы. Вопросы выбора рынка сбыта всегда были ключевыми в менеджменте любого предприятия. Тем более это актуально в наши дни. Санкционное противодействие Запада и общая кризисная нестабильность вынуждает российские предприятия, с одной стороны, сосредоточиться на импортозамещении внутри страны, а с