

УДК 339.13

*В.М. Каточков, И.Ю. Окольнишникова, Ю.В. Асташова***МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
ОТЕЧЕСТВЕННОГО РЫНКА СТАНКОСТРОЕНИЯ**

Приведены результаты маркетингового анализа предпочтений потребителей на российском рынке продукции станкостроения. Обобщены ключевые тенденции отраслевого развития, проведен анализ потребителей продукции в отраслевом и географическом разрезе. Показано, что в условиях реализации мер государственного регулирования конкуренции, для отечественных предприятий сложились благоприятные условия, необходимые для преодоления существующего отставания от запросов рынка. Анализ показал существенное изменение географии потребителей, а также позволил выделить ключевые отрасли, потребляющие различные виды продукции станкостроения. Анализ предпочтений потребителей станкостроения позволяет сделать вывод, что отечественные производители уступают зарубежным конкурентам. Выделены и систематизированы стратегические мероприятия, необходимые для реализации российскими станкостроительными предприятиями в рамках программ развития отрасли и повышения конкурентоспособности.

Ключевые слова: маркетинговый анализ, станкостроение, требования потребителей, спрос, импортозамещение.

Станкостроение является базовой отраслью промышленности, так как именно уровень развития станкостроения определяет технологическое развитие других отраслей [1-3; 5; 9; 10; 12]. Проблемой российского станкостроения является высокая импортозависимость. Динамика показателя «доля импорта в потреблении продукции станкоинструментальной отрасли» и его целевые значения до 2018 г. по данным Минпромторга РФ представлены на рис. 1 [15].

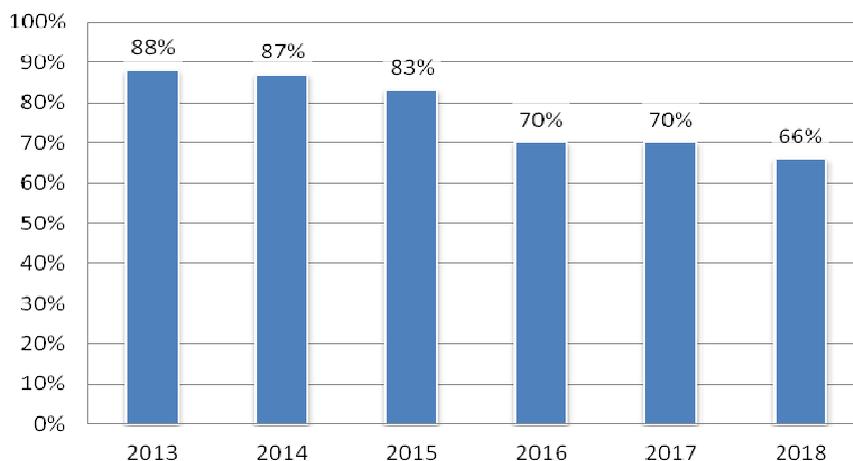


Рис. 1. Динамика показателя «Доля импорта в потреблении продукции станкоинструментальной отрасли», 2013–2018 гг.

Для решения проблемы высокой технологической зависимости российской промышленности, угрожающей экономической безопасности России, а также в связи с санкционными действиями западных государств, в последние годы реализуется политика импортозамещения, ориентированная на стимулирование спроса на продукцию отечественного производства [4; 6-8; 16]. В рамках данной политики, начиная с 2014 г., в России действует постановление Правительства РФ №1224 «Об установлении запрета и ограничений на допуск товаров, происходящих из иностранных государств, работ (услуг), выполняемых (оказываемых) иностранными лицами, для целей осуществления закупок товаров, работ (услуг) для нужд обороны страны и безопасности государства», которое ограничивает конкуренцию зарубежных производителей станков и оборудования на внутреннем российском рынке. По итогам 2014 г. комиссия, действующая в рамках постановления, установила, что при закупке зарубежного оборудования в 27 % случаев на рынке имеются аналоги российского производства, что привело к запрету на приобретение зарубежного оборудования в 924 случаях из 3361 рассмотренной комиссией заявки. Можно сделать вывод, что отечественные потребители предпочитают приобретать

импортное оборудование, даже если на рынке присутствуют аналоги российского производства, что говорит о невысокой конкурентоспособности отечественных производителей и обуславливает необходимость существенных преобразований.

Реализуемые меры государственной поддержки сформировали благоприятные условия для отечественных станкостроительных предприятий. Тем не менее приобретенные рыночные преимущества необходимо использовать для наращивания конкурентоспособности. Отечественным предприятиям станкостроения необходимо повышать качество выпускаемого оборудования в соответствии с требованиями потребителей. В противном случае, с момента прекращения действия государственной защиты зарубежные производители вновь захватят отечественный рынок, предлагая высокопроизводительное и конкурентоспособное оборудование.

Проанализируем общие тенденции развития мирового и российского рынка станкостроения. С начала 1990-х гг. мировое потребление продукции станкостроения выросло более чем в 2,5 раза [14]. Объем мирового производства в 2013 г. составил порядка 70 млрд долл., а в целом прирост рынка незначителен. Тем не менее за последние 15 лет произошли значительные изменения в структуре потребителей.

Объемы потребления станков по странам мира

№	Страна	Объем потребления станков, млн долл.		
		2013	2014	2015
1	Китай	31900	31700	28600,2
2	США	8048,5	8056,3	10412,4
3	Германия	7573,4	6758,2	6232,8
4	Япония	3695,8	5150,2	5427,5
5	Южная Корея	4320	4891	4959,9
6	Италия	2098,4	2266,9	2340,6
7	Мексика	1924,2	1708,9	1884,4
8	Тайвань	1629	1687	1877,2
9	Россия	2054,4	2030,2	1729,9
10	Индия	1337,7	1416,5	1506,9
11	Великобритания	1077,5	1087,2	1362,1
12	Канада	1342	1235	1361,8
13	Турция	1261	1227	1266,9
14	Швейцария	1126,1	1081,8	1030,4
15	Франция	1113,8	977,3	1018,6
16	Австрия	734	663,7	665,3
17	Бразилия	1464,9	1014,6	661,1
18	Испания	426,1	534,8	605,8
19	Чехия	435,5	464,3	567,8
20	Австралия	374,7	333	357,2
21	Нидерланды	342,5	303,9	310,8
22	Швеция	194,2	161,3	242,1
23	Бельгия	190,4	221,2	230,4
24	Португалия	209,6	166,5	209,3
25	Аргентина	210	195,7	137,3
26	Финляндия	121,9	115,5	132,6
27	Дания	63	59,6	66,2
		75268,6	75507,6	75197,5

Как отмечают эксперты рынка, в 2000 г. на Западную Европу приходилось от 40 до 50 % мирового спроса на продукцию станкостроения, на страны Азии – около 25 %. С тех пор это соотношение коренным образом изменилось. К 2012 г. доля Европы упала до 25 %, в то время как на страны Азии пришлось две трети мирового спроса. Эксперты предсказывают углубление этого тренда. Высокими

темпами будет расти спрос в России, Индии, а также Бразилии и других латиноамериканских странах. Перспективными регионами являются Турция и Северная Африка. Развитые же страны, в том числе США и Япония, продолжают терять свои позиции [14].

География основных потребителей продукции станкостроения и динамика их потребления представлены в таблице. Как следует из её данных, безусловным лидером по потреблению станков является Китай (составляет около 38 % рынка без учета Тайваня). Рынок США, хотя и демонстрирует рост, почти в 3 раза меньше китайского рынка. В крупную группу лидеров по потреблению также можно отнести Германию, Японию и Южную Корею. Российский рынок в общемировом объеме потребления составляет около 2–2,5 % и за счет падения объемов уступил позиции рынкам Мексики и Тайваня.

При этом в натуральном выражении за период 2010–2015 г. объем продаж металлообрабатывающих станков в России увеличился более чем в 1,5 раза: с 579,0 тыс. шт. до 903,7 тыс. шт. По оценкам экспертов, наблюдаемое в последние годы снижение натуральных продаж после 2017 г. должно смениться на рост.

Основным фактором роста продаж готового оборудования является увеличение спроса на продукцию со стороны отраслей машиностроения и металлообработки, являющимися главными потребителями готовой продукции. Отраслевая структура потребителей представлена на рис. 2.



Рис. 2. Структура потребителей по отраслям промышленности

Развитие отрасли машиностроения, а также оборонно-промышленного комплекса является ключевым условием роста спроса на продукцию станкостроения.

Спрос в производстве машин и оборудования сформирован производителями металлообрабатывающего оборудования (в частности, штамповочного оборудования, режущего инструмента и станков смежников) на шлифовальные станки, обрабатывающие центры. В радиоэлектронной промышленности спрос формируется на токарные станки, обрабатывающие центры и винтонарезные станки. Цеха механообработки являются основными потребителями токарных и многоцелевых станков.

По данным ассоциации «Станкоинструмент» парк механообрабатывающего оборудования, состоящий преимущественно из отечественных станков, за последние 15 лет практически не обновлялся, сократился на 1 млн единиц и составляет сегодня около 1,5 млн единиц [11]. Более 70 % станочного парка эксплуатируется свыше 15–20 лет и находится на грани полного физического износа. Все это формирует предпосылки к увеличению спроса на продукцию станкостроения в ближайшие годы.

При этом следует отметить, что спрос на станки уже сейчас изменился на качественном уровне. Потребители станков все больше внимания уделяют производительности и эффективности оборудования. Тогда как отечественные производители существенно отстают от запросов рынка.

Большая часть из 300 станкостроительных предприятий нуждается в реструктуризации и диверсификации. Конкурентоспособную продукцию станкостроители выпускают только в небольших объемах. Основной доход предприятиям обеспечивают ремонт и модернизация старого оборудования (в среднем 80 %).

Современные станки ведущих зарубежных компаний обеспечивают колоссальную производительность при высокой точности. Такой подход значительно расширяет возможности серийного образца без его серьезной реконструкции, избавляя от необходимости приобретать специальные станки.

Большое внимание западные станкостроительные концерны уделяют совершенствованию не только механической части, но и электронной, а также улучшению эргономики и дизайна.

Анализ приоритетов американских заказчиков станков [13] показывает, что при выборе станка наиболее значимы такие характеристики, как надежность, эксплуатационные характеристики и точность, что, по мнению экспертов, в целом отражает также и приоритеты российских покупателей. Группу характеристик со средними показателями приоритетности составляют в большей степени характеристики уровня сервиса, такие как гарантия, возможность телефонной связи с поставщиком, обучение операторов станка, помощь в установке и эксплуатации и т. п. К менее важным характеристикам были отнесены такие, как дизайн станка, скидки, широкое присутствие поставщика на мировом рынке, возможности дополнительного сотрудничества по модернизации старых станков.

В целом эксперты отрасли выделяют ряд ключевых трендов в современном станкостроении, отражающих требования потребителей:

- производство многоцелевых станков;
- стандартизация и унификация отдельных узлов, что позволяет использовать модульный принцип построения станков;
- повышение производительности станка за счет автоматизации процесса подачи и перемещения детали на станке;
- «безлюдные» технологии за счет автоматизации и робототехники.

Следует отметить, что отечественные станкостроительные заводы не готовы в полной мере удовлетворять сложные и индивидуальные потребности заказчика, так как в виду своей узкой специализации, сложившейся еще в советский период, не способны предложить комплексного решения. В этой связи на российском рынке предпринимаются шаги по созданию новых участников рынка – системных интеграторов, выступающих по сути в роли генерального подрядчика. Именно системный интегратор на основе понимания потребностей конкретного заказчика консолидирует рыночное предложение таким образом, чтобы заказчику поставлялись уже готовые производственные участки и линии.

Таким образом, по итогам маркетингового анализа предпочтений потребителей продукции станкостроения можно сформулировать нижеследующие стратегические направления работы:

- развивать технологическую базу производства за счет сотрудничества с научно-исследовательскими организациями, разработки инновационных проектов и привлечения государственных инвестиций в виде грантов или финансирования в рамках государственных программ;
- развивать сотрудничество с системными интеграторами отрасли, а также прямые контакты с потенциальными заказчиками в целях разработки и реализации взаимовыгодных проектов;
- использовать благоприятные условия, обусловленные государственными мерами ограничения конкуренции для формирования доверия потребителей к продукции отечественного станкостроения;
- развивать сервисную работу с заказчиками на всех этапах взаимодействия.

На наш взгляд, реализация указанных мер способствует повышению конкурентоспособности отечественного станкостроения. Преодоление сложившегося отставания производителей от существующих запросов рынка позволит запустить рыночные механизмы вытеснения зарубежных конкурентов и сформирует основу для роста спроса на отечественные станки в долгосрочной перспективе. С учетом ключевой роли станкостроения в обеспечении технологической независимости промышленности, а также учитывая низкую рентабельность инвестиций, характерную для станкостроения в целом, роль основного инвестора в отрасли отводится государству. В таких условиях между участниками рынка складывается конкуренция за доступ к государственному финансированию, что также прибавляет требований к инновационному и маркетинговому потенциалу предприятий станкостроительной отрасли.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Study on competitiveness of the European machine tool industry. URL: http://www.cecimo.eu/site/fileadmin/Publications/Studies_and_Reports/Study_on_Competitiveness_of_the_European_Machine_Tool_Industry_-_December_2011.pdf (дата обращения: 02.12.2016).
2. The changing face of machine tools production and consumption. URL: <http://www.themanufacturer.com/articles/the-changing-face-of-machine-tools-production-and-consumption/> (дата обращения: 02.12.2016).
3. Борисов В.Н., Почукаева О.В., Орлова Т.Г. Перспективы развития станкоинструментальной промышленности России // Проблемы прогнозирования. 2009. Т. 117. № 6. С. 34-46.
4. Быкова Е.С. Оценка эффективности стратегии развития на рынке станкостроительной продукции в условиях реализации политики импортозамещения // Вестн. Перм. нац. исслед. политех. ун-та. Социально-экономические науки. 2016. № 1. С. 78-87.

5. Гонялин С.И. Мировое станкостроение в 2012 г. – рост приостановился // Машиностроитель. 2013. № 5. С. 2-22.
6. Григорьев С.Н. Отечественное станкостроение как инструмент модернизации и развития машиностроительного производства // Технология машиностроения. 2012. № 1. С. 22-26.
7. Григорьев С.Н., Грибков А.А., Захарченко Д.В. Влияние на отечественное станкостроение вступления России во всемирную торговую организацию // Экономика и управление в машиностроении. 2013. № 5. С. 27-30.
8. Ковалев М.А. Станкостроение России: проблемы и перспективы // Путеводитель предпринимателя. 2013. № 21. С. 166-171.
9. Комаров Ю.Ю., Попов А.П. Мировое станкостроение, XX век // Вестн. Моск. гос. открытого ун-та. Сер. Общественно-политические и гуманитарные науки. 2012. № 3. С. 71-76.
10. Кондратьев В.Б. Глобальный рынок машиностроения. URL: http://www.perspektivy.info/rus/gos/globalnyj_gupok_mashinostrojenija_2013-10-24.htm (дата обращения: 02.12.2016).
11. Конференция ассоциации «Станкоинструмент» и ОАО «Станкопром». URL: <http://www.technoforum-expo.ru/history/2013/conference/> (дата обращения: 02.12.2016).
12. Петров Н. Станкостроение – фундамент промышленности // Стандарты и качество. 2015. № 4 (934). С. 66-71.
13. Потапов В.А. Требования потребителей к обрабатывающим центрам // Эксперт. Оборудование: рынок, предложение, цены. № 3. 2003. URL: http://stanki-katalog.ru/st_11.htm (дата обращения: 02.12.2016).
14. Потапова Г.С. Мировое станкостроение: итоги 2011 г. // Технология машиностроения. 2012. № 9. С. 20-22.
15. ФЦП: подпрограмма «Развитие отечественного станкостроения и инструментальной промышленности» на 2011-2016 годы. URL: <http://fcp.economy.gov.ru/cgi-bin/cis/fcp.cgi/Fcp/ViewFcp/View/2013/352/> (дата обращения: 02.12.2016).
16. Шух Н.С. Состояние и перспективы развития российского рынка станкостроения // Наука и общество. 2014. № 2 (17). С. 63-68.

Поступила в редакцию 17.03.17

V.M. Katochkov, I.Yu. Okolnishnikova, Yu.V. Astashova

MARKETING ANALYSIS OF CONSUMERS PREFERENCES IN THE DOMESTIC MACHINE-TOOL CONSTRUCTION MARKET

The article presents the results of consumer preferences marketing analysis in the Russian machine-tool construction market. The authors summarized the industry development key trends, and analyzed consumers in industrial and geographical terms. The article shows that in conditions of implementing government measures for competition regulation, favorable conditions have been created for domestic enterprises to overcome the current lagging behind the market demand. The analysis showed a significant change in the consumers geography, and also highlighted the key industries that consume various types of machine-tool construction products. Analysis of machine-tool construction consumer preferences allows us to conclude that the domestic manufacturers give in to foreign competitors. As a result of the analysis, the strategic measures need to be applied by Russian machine-tool construction enterprises in the framework of industry development programs and increasing competitiveness were identified and systematized.

Keywords: marketing analysis, machine-tool construction, customer requirements, demand, import substitution.

Каточков Виктор Михайлович,
доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры
«Логистика, экономика и управление на предприятиях
транспорта, снабжения и сбыта»
E-mail: mohtan@ya.ru

Окольнішнікова Ирина Юрьевна,
доктор экономических наук, профессор, заведующая
кафедрой «Маркетинг»
E-mail: okolnishnikova@yandex.ru

Асташова Юлия Владимировна,
кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры «Маркетинг»
E-mail: julia_asta@mail.ru

ФГАОУ ВО «Южно-Уральский государственный
университет» (национальный исследовательский университет)
454080, Россия, г. Челябинск, пр. Ленина, 76/2

Katochkov V.M.,
Doctor of Economics, Professor,
“Logistics, economics, and management
in transport, supply and distribution”
E-mail: mohtan@ya.ru

Okolnishnikova I.Yu.,
Doctor of Economics, Professor
Head of department “Marketing”
E-mail: okolnishnikova@yandex.ru

Astashova Yu.V.,
Candidate of Economics, Associate Professor
at Department of Marketing
E-mail: julia_asta@mail.ru

South Ural State University
(National Research University)
Prosp. Lenina, 76, Chelyabinsk, Russia, 454080