ІЛЛЯШ
Михайло Миколайович
luksor.1993@ukr.net

студент, Київський національний університет технологій та дизайну

УДК 339.13: 629.3.066

ОГЛЯД СТАНУ РИНКУ АВТОМОБІЛЬНИХ ЗАПЧАСТИН І ПОЗИЦІЇ ТОВ "ТЕРА НОВА ДЕВЕЛОПМЕНТ" НА НЬОМУ

AUTOMOTIVE SPARE PARTS MARKET REVIEW AND POSITION OF "THERA NOVA DEVELOPMENT LTD"

ХОМЕНКО
Олексій Іванович
al_hom@ukr.net

к.т.н., доцент, Київський національний університет технологій та дизайну

У статті здійснено огляд автомобільних запчастин України, наведено основні компоненти даного ринку, представлено загальні риси вітчизняного ринку автозапчастин.

В статье сделан обзор автомобильных запчастей Украины, приведены основные компоненты данного рынка, представлены общие черты отечественного рынка автозапчастей

The article reviews the automotive spare parts of Ukraine, presents the main components of this market, presents the common features of the domestic auto parts market.

Ключевые слова: *автомобильные запчасти, оригинальные автозапчасти, вторичные автозапчасти*

Ключові слова: *автомобільні запчастини, оригінальні автозапчастини, вторинні автозапчастини*

Keywords: *automobile spare parts, original spare parts, secondary auto parts*

ВСТУП

Вітчизняний ринок автозапчастин – це складна система взаємовідносин із задоволення попиту споживачів товарів і послуг з метою цільового використання автомобільного транспорту, машин та механізмів на автомобільному ходу. Ринок автозапчастин є системою організації задоволення потреб і первинною ланкою тут виступає той, хто визначає цю потребу, її кількість і якість.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

В роботах вітчизняних науковців Полєщука І.Ф., Ячиченко Н.П., Васильева С.А., російських дослідників Волгіна В.В. та Маркіна В.В. досить глибоко розкриті питання управління продажем автозапчастин, динаміки та структури ринку, особливостей його функціонування. Але на сьогоднішній день актуальним є вивчення проблем застосування конкурентних стратегій, стратегій взаємодії із споживачами на вітчизняному ринку автозапчастин.

МЕТОЮ СТАТТІ є дослідження стану ринку автомобільних запчастин України і позиції ТОВ «Тера Нова Девелопмент» на ньому.

Об’єктом дослідження *є* ринок автомобільних запчастин України.

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти функціонування ринку автомобільних запчастин України .

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Ринок автозапчастин – складова товарного ринку України, його товарообіг складає близько 2 млрд. дол. США. Характерною рисою функціонування цього ринку є одночасний продаж нових оригінальних автозапчастин, бувших в експлуатації, відновлених та неоригінальних. Важливою рисою ринку є товарна конкуренція між цими автозапчастинами в процесі виготовлення, попиту та продажу. Це випливає із характеру та умов експлуатації автомобілів, купівельної спроможності покупців, умов закупівлі, та забезпечення попиту промисловістю та продавцями, тобто наявністю деталей, матеріалів та обладнання в необхідний момент із зазначеного вище, характерною рисою ринку автозапчастин випливає – хаотичність, невизначеність (місце, час, обсяг, номенклатура виникнення потреби, попиту та його задоволення). Ринок автозапчастин задовольняє потреби населення, підприємств, організацій у відповідних продуктах та послугах з метою ефективного і доцільного використання автомобільного транспорту. Він є складовою ринку товарів і послуг, його видовим компонентом. Якщо оцінювати світовий ринок – то, можна погодитись із авторами, які стверджують, що світовий ринок – глобальна система, що регулює співвідношення попиту і пропозиції, а регулятором виступають міжнародні економічні зв’язки [7].

Структура ринку автозапчастин України наведено на рис. 1.

Ринок запчастин до певної міри є відображенням ринку автомобілів та іншої техніки, які продаються і експлуатуються в Україні. Загальний ринок запчастин України активно реагував на кризові явища і скорочення споживчого попиту. Однак найбільш сильний вплив на тенденції споживання запчастин надає ринок автомобілів, а також загальна економічна ситуація в країні (від добробуту населення і прибутковості галузей господарства залежить рішення про ремонт транспортного засобу або про покупку нового). Сукупний парк автомобілів і техніки країни зростає, незважаючи на уповільнення темпів реалізації легкових авто; в тому числі приріст забезпечено і машинами, що були у вжитку. За даними Всеукраїнської асоціації автоімпортерів і дилерів середній вік автомобілів в Україні перевищує європейські показники і становить понад 19 років. У процесі дослідження го-

ловних тенденцій ринку автозапчастин України проведемо PEST-аналіз, що наддасть нам можливість визначити головні фактори впливу зовнішнього середовища на ринок автозапчастин та автомобілебудівну галузь загалом. Класично вчені виділяють такі види факторів впливу: політичні; економічні; соціальні; технологічні [2].

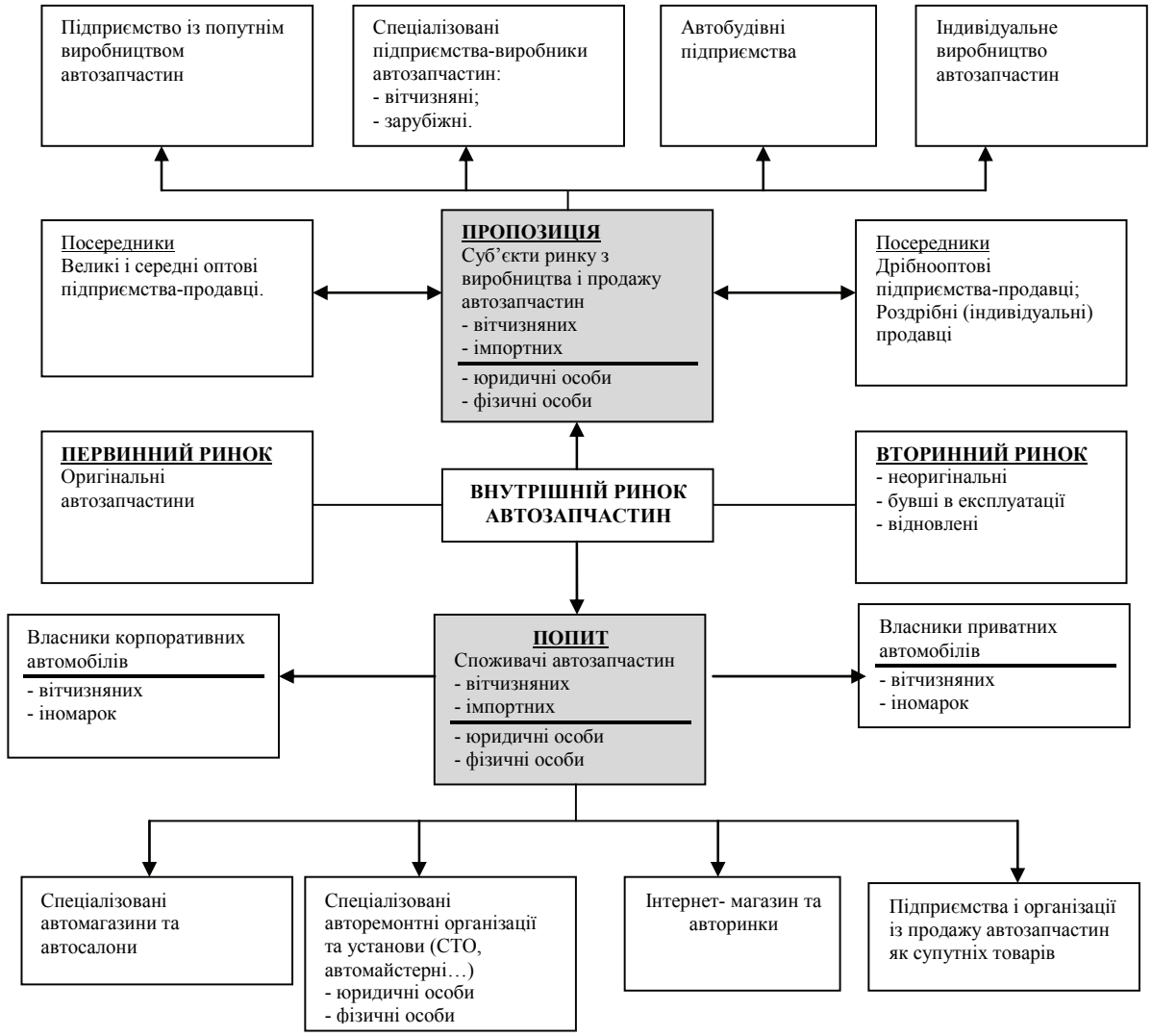


Рис. 1. Структура ринку автозапчастин України [6]

Таблиця 1

PEST-аналіз для ринку автозапчастин України [*складено автором на основі [1]***]**

P – політичні фактори	Вплив, +\–	E – економічні фактори	Вплив, +\–
1. Нестабільність політичного курсу держави	–	1. Підвищення рівня інфляції	–
2. Нестабільність уряду	–	2. Падіння курсу гривні	–
3. Високий рівень бюрократії та корупції	–	3. Зниження реальних доходів населення	–
4. Наближення норм законодавства до європейського	+	4. Скорочення інвестицій в економіку України	–
5. Воєнні події в країні	–	5. Зменшення ВВП	–
S-Соціальні фактори	Вплив, +\–	T-технологічні фактори	Вплив, +\–
1. Підвищення рівня освіченості населення	+	1. Створення технологічних парків	+
2. Підвищений інтерес населення до вітчизняної продукції	+	2. Прискорення трансферу технологій	+
3. Збільшення вимог споживачів до якості продукції	+		

Проведений аналіз дозволив встановити, що головні позитивні зміни, які сприятимуть розвитку ринку автозапчастин – підвищення соціальних стандартів життя населення та розвиток технологій. Проте існує дуже негативний вплив політичних та економічних факторів, які потребують стабілізації задля врегулювання та подальшого розвитку ринку автозапчастин в Україні. Ринок запчастин та інших автотракторних компонентів характеризується високим рівнем конкуренції. Дана тенденція пов'язана з великою кількістю операторів на роздрібному і оптовому ринку. Вони, як правило, включають в свою асортиментну лінійку продукцію вітчизняного, а також імпортного виробника, що дозволяє більшою мірою задовольнити споживчий попит [1].

Варто відзначити, що конкуренція на ринку в кризовий період загострилася, оскільки знизилися доходи споживачів і їх рівень платоспроможності, що вплинуло на попит на продукцію. Загострення конкуренції на ринку призвело до деякого скорочення числа компаній, які реалізують продукцію на ринку. Також в умовах кризи компаніям більше часу доводилося приділяти новим сегментам - розширювати клієнтську базу, планувати і розвивати нові напрямки. Ті компанії, які використовували правильну політику, яка передбачає оновлення асортиментної лінії продукції, яка відповідає споживчим перевагам - змогли не тільки зберегти свої позиції на ринку, але і наростити частку. Для таких компаній криза надала можливість стимулювати процеси оптимізації структур управління бізнесом, включаючи і маркетингову політику. Сьогодні автовласники все більше купують запчастини для іномарок і вітчизняних автомобілів в Інтернеті і спеціалізованих магазинах. Сегментація ринку автозапчастин по типу споживання можна провести наступним чином: покупці, які вважають за краще самостійно купити запчастини для іномарок, – роблять свій вибір в спеціалізованих магазинах, Інтернет-магазинах і на ринках. При цьому останнє (ринки) втрачають клієнтів з кожним наступним сезоном, і їх перспективи невтішні.

Другий великий сегмент покупців – це станції технічного обслуговування автомобілів. Сертифіковані СТО задовольняють тих, хто купує автозапчастини разом з установкою і бажає отримати комплексну гарантію. Їх коник – це сервіс для клієнтів. Якщо хтось платить більше, – він повинен і отримати більше, – ніж просто відремонтований автомобіль. Безсумнівно, велика частина запчастин для іномарок поставляється спеціалізованими авторизованими монобрендовими або ж просто фірмовими СТО безносередньо від постачальника автомобільного бренду. Частка таких продажів прямо корелює з продажами нових автомобілів, так як клієнт авторизованої станції – це клієнт на гарантії. А гарантія, в Україні, як відомо, продається лише разом з новим автомобілем. Та й надто мало хто продавці можуть запропонувати оригінальні запчастини в наявності на складі.

Різкий спад попиту на запчастини спостерігався в період політико-економічної кризи 2012-2014 рр. Однак уже в наступні роки ринок швидко відновився. За прогнозами український ринок запчастин для вантажних і легкових автомобілів, тракторів і СГТ буде нарощувати свій обсяг в середньому на 6-7% в грошовому вираженні щорічно [4]. Відмічається позитивна динаміка збільшення обсягів товарообігу автокомпонентів та автозапчастин на ринку України паралельно із ростом парку легкових та комерційних автомобілів в період 2004-2016 рр. (табл. 2).

Таблиця 2

Динаміка темпів росту цільового парку автомобілів та товарообігу автокомпонентів ринку України, 2012-2016 рр. [*4*]

Рік	Цільовий парк автомобілів, шт.	Темпи росту цільового парку, %		Товарообіг автокомпонентів України		
		У порівнянні із 2004 р.	У порівнянні із попереднім роком	Загальний, млн. дол. США	В т.ч. імпорт	
					млн. дол. США	% гр.5:гр.4
А	1	2	3	4	5	6
2004	1294869	100	-	413,1	246	59,5
2005	1404282	109,4	109,4	559,7	337	60,2
2006	1586036	122,5	112,9	728,5	412,3	56,6
2007	1792544	138,4	113	969,9	537,8	55,4
2008	2064273	159,4	115,2	968,8	516,1	53,3
2009	3850165	297,3	186,5	1622,1	924,2	57,0
2010	4452672	343,9	115,7	2044,4	1164,8	57,0
2011	4544963	351	102,1	2295,4	1307,8	57,0
2012	4600558	355,3	101,2	2579,1	1469,5	57,0
2013	4661014	360,0	101,3	2678,2	1561,5	58,3
2014	4692103	334,1	100,7	2879,6	1697,6	59,0
2015	4722208	297,7	100,6	2941,1	1741,2	59,2
2016	4744163	264,7	100,5	3012,2	1759,8	58,4

Наведена інформація (табл. 2) та проведені розрахунки дають можливість визначити певні позитивні тенденції розвитку ринку цільового парку автомобілів, так і ринку автокомпонентів, в т.ч. імпортних автозапчастин. Ринок автозапчастин задовольняє потреби населення, підприємств, організацій у відповідних продуктах та послугах з метою ефективного і доцільного використання автомобільного транспорту. Він є складовою ринку товарів і послуг, його видовим компонентом.

Однією з особливостей українського ринку автомобільних запчастин є готовність покупців купувати більш якісні і, відповідно, дорогі комплектуючі відомих торгівельних марок. Великий вплив на динаміку ринку автозапчастин надає розвиток дистриб'юторської мережі. Сьогодні на вітчизняному ринку запасних частин працює близько 30 великих дистриб'юторських компаній. При цьому офіційних представництв виробників автомобільних запчастин (крім Bosch і ZF) практично немає. Останнім часом значно посилюється роль таких закупівельних спілок, як AD, ATR, GAU, TEMOT. Наближаючись до європейських методів роботи, розвивається така система збуту, як збут через СТО. У 2016 р. вона склала 20-30 % продажів офіційних операторів [4].

Більш стабільно розвивається ринок оригінальних запасних частин (OES), що пов'язано з реалізацією офіційними автомобільними дилерами оригінальних комплектуючих на власних станціях технічного обслуговування. Що стосується перспективи імпорту автозапчастин, то він залежить від парку автомобілів – частка імпортованих автозапчастин буде зростати разом зі збільшенням частки зарубіжних автомобілів.

Паралельно знижується частка авторинків. Якщо ще кілька років тому експерти оцінювали частку цього каналу реалізації в 50-60 %, то зараз вона не перевищує 20 % і буде стрімко скорочуватися. Очікується вихід з ринку дрібних продавців. Основними причинами цього є високі орендні ставки на торговельні площі і низька рентабельність на одиниці товару. В результаті роздрібні продажі будуть скорочуватися, а частка запчастин, що реалізуються через станції технічного обслуговування і оптові склади швидко збільшуватися. Слідом за дрібними галузевими ритейлерами підуть імпортери окремих марок автомобілів, яким також не вигідно організовувати продажу комплектуючих до автомобілів. Вони розвивають цей напрям лише в рамках, наявних в їх активах сервісних потужностей, оскільки обслуговують переважно гарантійні автомобілі [1].

Крім того, прогнозується збільшення на ринку частки запчастин до автомобілів азіатських брендів. У зв'язку із зростанням частки продажів автомобілів японських, корейських і китайських брендів компанії-імпортери протягом найближчого року будуть акцентувати увагу на розширенні асортименту запасних частин для азіатських автомобілів.

Тенденцією останніх років став активне зростання обсягом вторинного ринку запчастин (IAM – Independent aftermarket), що викликано рядом факторів. З метою економії власник автомобільного транспорт-ного засобу відмовляється від дорогого сервісу офіційного дилера по закінченню терміну дії гарантії обслуговування автомобіля і переходить на незалежні СТО.

Ринок автозапчастин легкових і комерційних автомобілів віком від 3-х років і більше в своїй структурі має біля 70% імпортної продукції, то основні конкуренти по товарообігу автозапчастин на ринку (aftermarket) України представлені у табл. 3.

Першу групу складають підприємства із обсягом товарообігу більше 10 млн. дол. США, другу – підприємства із обігом 1-10 млн. дол. США. Частка визначеного кола найбільш великих торгово-посередницьких підприємств на українському ринку вторинних автозапчастин складає у 2015 р. – (148,8 млн. / 1586,6 млн.) 9,4%, у 2016 р. – (177,4 / 1839,2) 9,7%. Біля 90 % обсягу товарообігу автозапчастинами на вітчизняному ринку забезпечують всі інші дрібні оператори, до яких належить і ТОВ «Тера Нова Девелопмент», створюючи поле конкурентного середовища.

Проведемо аналіз позиції ТОВ «Тера Нова Девелопмент» на ринку автозапчастин України. Український ринок автозапчастин станом на 01.07.2017 р. поділений таким чином: ТОВ «Еліт-Україна» – 15 %; ТОВ «Автодмсервіс» – 11 %; ТОВ «Юнік Трейд» – 9 %; ТОВ «Парус-Авто» – 5 %, ТОВ «Тера Нова Девелопмент» –3 %, ТОВ «Mega Cars Ukraine» – 1 %, інші – 43 % (рис. 3).

Визначимо рівень конкурентоспроможності ТОВ «Тера Нова Девелопмент» та його найближчих конкурентів (табл. 4). Оцінювання параметрів проводилося за 5-ти бальною системою [3].

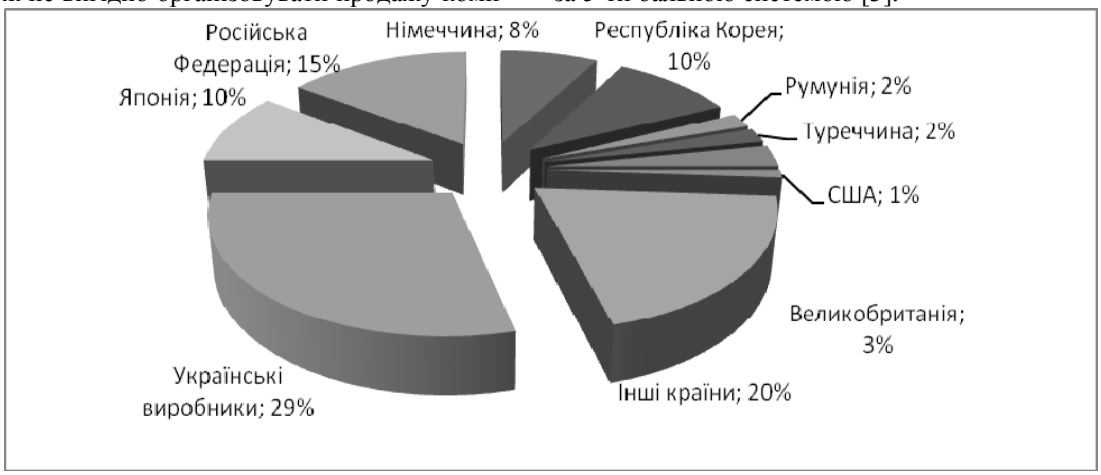


Рис. 2. Наповнення українського ринку автозапчастин в розрізі країн в 2015-2016 рр., % [4]

Таблиця 3

Склад основних суб’єктів, обсяг і структура товарообігу автозапчастин на ринку (aftermarket) України [*4*]

Назва підприємств	Товарообіг (т/о) 2014 р.		Товарообіг (т/о) 2015 р.		Товарообіг (т/о) 2016 р.	
	Млн. дол. США	Частка в загальному т/о	Млн.дол . США	Частка в загальному т/о	Млн.. дол. США	Частка в загальному т/о
АД Україна	40,1	30,59	45,4	30,51	54,5	30,72
Intercars Україна	27,7	21,13	30,3	20,36	32,4	18,26
VLADISLAV	17,5	13,35	20,7	13,91	26,5	14,94
ELIT Україна	15,2	11,59	15,1	10,15	22,2	12,51
Fota	8,2	6,26	8,1	5,44	9,3	5,24
Meteor	7,2	5,49	7,3	4,91	9,1	5,13
Unik trade	5,1	3,89	6,6	4,44	7,2	4,06
Avto Team	–	–	5,1	3,43	6,1	3,44
Bastion	6,3	4,81	5,9	3,96	5,0	2,82
Avto lider	3,8	2,89	4,3	2,89	5,1	2,88
……..						
ТОВ «Тера Нова Девелопмент»	0,3	0,23	0,16	0,1	0,19	0,11
ВСЬОГО:	131,1	100,0	148,8	100,0	177,4	100,0

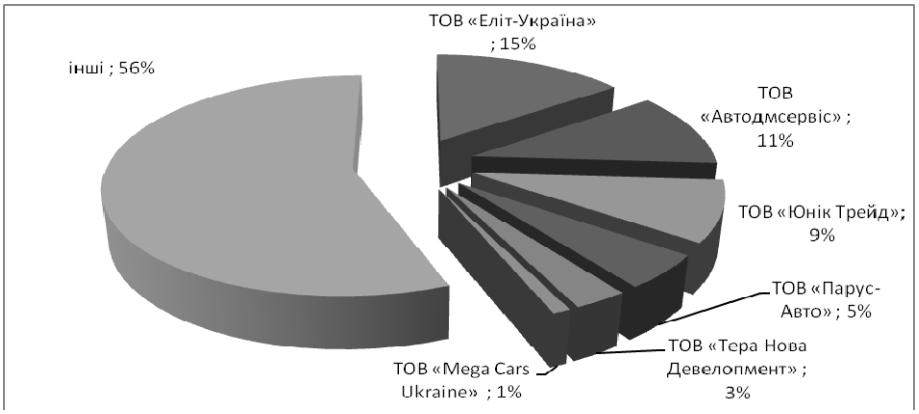


Рис. 3. Частка ТОВ «Тера Нова Девелопмент» та його основних конкурентів на ринку автозапчастин України, станом на 01.07.2017 р. [складено на підставі інформації аналітичної компанії TNS [5]]

Таблиця 4

Визначення рівня конкурентоспроможності ТОВ «Тера Нова Девелопмент»

Фактори конкурентоспроможності	ТОВ «Тера Нова Девелопмент»	Конкуренти		
		ООО «Роберт BOSCH»	ВАТ «Первомайський електромеханічний завод» ім.. К.Маркса	ВАТ «ДЕМЗ»
1	2	3	4	5
1. Продукт				
Якість	5	5	3	4
Технічні параметри	4	5	2	4
Гарантійний строк експлуатації	4	5	4	4
Унікальність	4	5	3	4
Надійність	5	5	3	3
Захищеність патентами	5	5	2	5
2. Ціна				
Розмір прейскурантної ціни	5	3	4	4
Строки платежів	3	3	5	4
Умови кредитування	5	5	2	2
3. Канали розподілу				
Розвиток системи оптових посередників	5	5	2	3
Кваліфікація персоналу	4	5	3	2
Охоплення ринку	5	5	1	4

Продовження табл. 4

1	2	3	4	5
Розвиток складських площ	4	3	2	4
Система управління запасами	5	5	3	3
Система транспортування продукції	5	5	2	4
4.Система комунікацій				
Розвиток реклами	4	5	1	2
Індивідуальний продаж	4	5	4	4
Презентація товарів	5	5	2	4
Навчання і підготовка збутових служб	3	4	1	2
Система стимулювання збуту	5	5	4	4
Загальна кількість балів	**89**	**93**	**53**	**70**

З даної таблиці можна зробити висновки, що найбільшим конкурентом для ТОВ «Тера Нова Девелопмент» є ООО «Роберт Бош», але ВАТ «Електромаш» має теж дуже високі показники по всім характеристикам, що свідчить про сталий розвиток підприємства, відповідність міжнародним вимогам і стандартам Європи, високу якість продукції і освоєний ринок збуту. ТОВ «Тера Нова Девелопмент» має добре налагоджену систему збуту і транспортування товару. Систематично проводить перепідготовку, перекваліфікацію і навчання кадрів. Не останнє місце займає розвиток реклами.

Слід зазначити, що найбільшими конкурентними перевагами ТОВ «Тера Нова Девелопмент» є 20-ти річний досвід роботи в Україні, продукція європейського та вітчизняного виробництва, робота з виробником на пряму без посередників, що знижує витрати на придбання, індивідуальний підхід до кожного споживача, висококваліфікований персонал, сервісне обслуговування та гарантія, наявність сертифікатів якості, дипломів, висновків державної санітарно-епідеміологічної експертизи тощо. ТОВ «Тера Нова Девелопмент» займає достатньо високі позиції на ринку автозапчастин України, та має усі можливості для збільшення частки ринку, завоювання більшої лояльності споживачів та підвищення рівня конкурентоспроможності.

В цілому ринок автозапчастин України ділять на чотири конкуруючих сегмента:

- оригінальні;
- оригінал-аналогічні (від рекомендованих виробником заводів);
- неоригінальні і додаткові (тюнінгові);
- підроблені.

Світова тенденція заміни дорогих, оригінальних запчастин дешевими набула особливого поширення в країнах СНД. В цих країнах давно працює повноцінний (найчастіше – тіньовий) ринок відновлених запчастин, тісно пов'язаний з СТО і розбірками. Останнім часом експерти (наприклад, від Jasticars) говорять про потік низькоякісних підробок з Китаю і Південної Кореї. Відзначається також зростання поставок деталей від західних компаній для українських і російських авто; цей бізнес особливо популярний в Угорщині, Польщі, Чехії та Словаччині.

У свою чергу, українські компанії налагодили випуск дешевих варіантів деталей для іномарок. Різниця в цінах істотна. Неоригінальні деталі дешевше на 30-40 %, а "тіньовий" ринок пропонує їх в рази дешевше, ніж легальний. Незважаючи на розвинене в Україні дробове і особливо тіньове виробництво комплектуючих до іномарок, основна роль на цьому ринку, очевидно, і далі буде належати імпорту.

Загальними рисами вітчизняного ринку автозапчастин є: ринок динамічний; ринок розвивається позитивно, тобто зростає; під впливом попиту, постійно змінюється структура споживання, що впливає на структуру товарообігу автокомплектуючих; в загальному товарообігу автокомплектуючих питому частину складають автозапчастини [2].

З огляду на безпосередню залежність ринку від економічної ситуації в країні, варто очікувати продовження нинішніх тенденцій, а саме - зростання ринку автозапчастин, орієнтації кінцевого покупця на максимально доступний продукт і збільшення частки «чорних» і контрафактних деталей. Всі учасники ринку змушені пристосовуватися до нових умов, що не означає, що в цих самих умовах не можна зберегти, або навіть поліпшити свої позиції. Очевидно, що поточна тенденція не буде тривати вічно, проте до тих пір, поки не відбудуться зміни в загальноекономічних показниках, ніяких змін не відбудеться і в ринку автозапчастин.

ВИСНОВКИ

Таким чином, протягом останніх років спостерігається позитивна динаміка розвитку українського ринку автомобільних запчастин. Структура збуту комплектуючих для автомобілів розподіляється наступним чином: половина всіх продажів відбувається через фірмові і незалежні станції технічного обслуговування і оптові склади, а друга половина – в роздріб (автомагазини, роздрібні мережі) і за допомогою автомобільних ринків. Збільшення продажів автомобільних запчастин через станції технічного обслуговування офіційних дилерів спричинить за собою підвищення якості сервісу.

Список використаних джерел

1. База аналітичних матеріалів. Аналіз ринків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.marketing.net.ua

2. Головніна О.Г. Маркетингові засади конкурентоспроможності підприємства на українському ринку автозапчастин / О.Г. Головніна, В.М. Сотниченко // Економіка. Менеджмент. Бізнес. - 2015. - № 1. - С. 212-218.

3. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер;

пер. с англ. под. общ. ред. и вступ. сл. Е.М. Пеньковой. - М.: Прогресс, 2012. – 736 с.

4. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/

5. Офіційний сайт аналітичної компанії [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://tns-ua.com/

6. Савич О.П. Стратифікація та динаміка вітчизняного ринку автозапчастин / О.П. Савич // Ефективна економіка. - 2012. - № 3.

7. Ткачов М.М. Моделювання ринку автомобільних запасних частин з урахуванням контрафакту / М.М. Ткачов // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. - 2015. - № 815. - С. 135-144.

8. Retail in 2018 - Shop numbers, Online and the High Street [Electronic resource]. - Available at: http://www.retailresearch.org/retail2018.php.