

УДК 339.13(575.2)

ОБЗОР РЫНКА МЕТАЛЛОПРОКАТА КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

Н.В. Козырев

Рассмотрены особенности рынка металлопроката Кыргызстана, дано описание потребителей, поставщиков, их конкурентных преимуществ и тенденций дальнейшего развития рынка.

Ключевые слова: рынок металлопроката; металлотрейдеры; поставщики металлопроката; потребители металлопроката.

OVERVIEW METAL MARKET OF THE KYRGYZ REPUBLIC

N.V. Kozyrev

It is considered the features metal market of Kyrgyzstan, the description of consumers, suppliers, their competitive advantages and further developments of the market.

Key words: market for steel; steel traders; suppliers of metal; metal rolling consumers.

Наиболее востребованными на рынке Кыргызстана видами металлопроката являются следующие: арматура, катанка, круг, проволока, угол, швеллер, двутавр, трубы (профильные и круглые), листовой прокат (листы г/к, х/к, оцинкованные, с полимерным покрытием), гвозди, метизы, электроды [1].

Сфера применения металлопроката многообразна. Основными потребителями металлопроката являются следующие отрасли экономики Кыргызстана: многоэтажное и частное строительство, производство строительных материалов, производство железобетонных изделий, машиностроение, мостостроение, металлообработка, электроэнергетика, топливно-энергетический комплекс, добыча полезных ископаемых и т.д.

Производство металлопроката в Кыргызстане практически не развито и представлено мелкими и средними кустарными предприятиями, осуществляющими переплавку металлолома в низкокачественную металлопродукцию, применяемую в неотчетственных конструкциях (ограждения, декоративные элементы, кованые изделия и т. д.). Основная часть востребованного на рынке металлопроката импортируется. Основными государствами-импортерами являются Россия, Казахстан, Украина и Китай. При этом объёмы поставляемого металлопроката из Китая сложно оценить по причине наличия контрабанды, величина которой сопоставима с легальными поставками. На рынке Кыргызстана компании-поставщики металлопроката (металлотрейдеры) различаются объемами

и ассортиментом завозимой продукции. Тенденцией последних лет стало постепенное укрупнение металлотрейдеров и увеличение предлагаемого ассортимента со стороны наиболее крупных металлотрейдеров, что обусловлено ужесточением конкуренции на рынке.

Особенностью рынка Кыргызстана является то, что металлотрейдеры поставляют металлопрокат в основном от одних и тех же производителей. Вследствие этого основным фактором выбора компании-поставщика металлопроката на рынке является цена продукции. Также важными факторами выбора поставщика являются следующие: 1) наличие широкого ассортимента металлопроката в необходимых для удовлетворения спроса потребителей объёмах; 2) развитая складская инфраструктура, обеспечивающая разгрузку приходящих вагонов и отгрузку металлопроката потребителям; 3) удобство оплаты и гибкая система скидок; 4) наличие условий товарного кредитования постоянных потребителей; 5) транспортные услуги по доставке товара; 6) сопутствующие услуги по резке и металлообработке.

Главным фактором, влияющим на выбор поставщика, является его имидж и репутация на рынке, а также наличие грамотных и профессиональных сотрудников, которые осуществляют взаимодействие с потребителями. Персонал металлотрейдеров играет важную роль в привлечении и удержании потребителей. Во многом от деятельности сотрудников компаний зависит лояльность

потребителей, их отношение к компании и фактическое осуществление продаж [2, 3].

Для обеспечения комплексного снабжения потребителей, а также для более успешной конкуренции на рынке, металлотрейдеры Кыргызской Республики практикуют совместный маркетинг и объединение усилий нескольких компаний, поставляющих различные направления металлопроката. Компании, которые смогут предложить своим потребителям весь ассортимент на одной металлобазе, получат существенное конкурентное преимущество перед остальными металлотрейдерами. Большие объемы и широкий ассортимент предлагаемой продукции позволяют компании предоставлять комплексное обслуживание; удовлетворять крупные заявки потребителей; минимизировать появление «дыр» в ассортименте; работать с многочисленными потребителями, закупающими разнородный ассортимент и т. д.

Тенденцией последних лет на рынках России и Казахстана является сбытовая экспансия торговых домов, аффилированных с металлургическими комбинатами и предлагающих металлопродукцию по заниженным ценам. В Кыргызской Республике подобной тенденции не наблюдается по следующим основным причинам: объемы спроса намного меньше по сравнению с региональными рынками Казахстана и России; неустойчивая политическая ситуация с высокими рисками долгосрочных инвестиций; высокий уровень конкуренции на относительно небольшом рынке; наличие мощного потока контрабанды из сопредельного Китая, существенно усложняющего возможности ценовой конкуренции.

Рынок металлоторговли Кыргызской Республики подвержен высокой зависимости от сопредельных рынков России, Казахстана и Китая, а также и общемировой конъюнктуры. В первую очередь, это касается ценообразования, которое зависит от сбытовой политики металлургических комбинатов, производящих металлопрокат. Например, в случае резкого роста спроса в России или на внешних рынках производители начинают испытывать дефицит производственных мощностей и, как правило, поднимают отпускные цены. Металлотрейдеры Кыргызстана, регулярно закупающие продукцию у металлургических комбинатов, вынуждены в таком случае поднимать цены на поставляемую продукцию. В случае же падения спроса металлургические комбинаты, как правило, снижают отпускные цены и, как следствие, металлотрейдеры понижают цены на внутреннем рынке Кыргызстана.

Не редким явлением на рынке Кыргызской Республики является дефицит объемов и отдельных номенклатурных позиций металлопроката вслед-

ствие ограничений и квотирования поставок в моменты всплесков спроса на сопредельных рынках России, Казахстана и Китая. В этот период металлургические комбинаты, в первую очередь, работают на удовлетворение внутреннего спроса, ориентируясь на рынок Кыргызской Республики по остаточному принципу. Пиковыми месяцами по спросу, как правило, являются август-сентябрь.

Вследствие того что поставки металлопроката в Кыргызскую Республику осуществляются преимущественно железнодорожным транспортом, зависимость от работы железной дороги страны-экспортера, а также транзитных государств, очень велика. В случае сезонного роста объемов грузоперевозок часто возникают задержки поставок вследствие дефицита вагонов. Как правило, задержки поставок также приходится на август-сентябрь.

Экономика Кыргызской Республики крайне зависима от иностранных инвестиций и финансовых поступлений. Многие металлоемкие инфраструктурные проекты, такие, как строительство автодорог и мостов, промышленных предприятий, гидро- и тепловых электростанций, горнорудных комбинатов финансируются за счет иностранных инвестиций и кредитов. Рынок металлоторговли можно назвать своеобразным индикатором экономического роста и развития страны. При активном развитии строительной отрасли, горнодобывающей промышленности, электроэнергетики, машиностроения и прочих металлоемких отраслей происходит развитие и рынка металлопроката [4, 5].

Вследствие ужесточения конкуренции снижается прибыльность деятельности металлотрейдеров. Ужесточение конкуренции происходит как за счет увеличения численности металлотрейдеров с приходом новых компаний на рынок, так и за счет повышения рыночной силы действующих игроков. В данных условиях становятся актуальными различные направления повышения конкурентоспособности и неразрывно с ней связанной прибыльности металлоторгующих компаний: увеличение комплексности снабжения всем востребованным ассортиментом металлопроката для постоянных потребителей без необходимости для них обращаться к другим поставщикам; повышение эффективности системы логистики от контакта с производителями до доставки продукции потребителю; повышение эффективности взаимоотношений с производителями металлопроката (лучшие цены и сроки поставки по сравнению с конкурентами); сокращение различных затрат и издержек (поставки, кредиты, склады, персонал, вспомогательные службы и т.д.); диверсификация бизнеса; развитие металлообработки и сопутствующих услуг; завоз специфических позиций металлопроката с нестабильным спросом; исключе-

ние ситуаций, вызывающих напряженные отношения с потребителями; развитие товарного кредитования с возможностью передачи ответственности за возврат оплаты на аутсорсинг (банки и кредитные учреждения); развитие конкурентной разведки для получения актуальной информации о конкурентах; повышения эффективности используемых активов с точки зрения оборачиваемости и доходности через формирование оптимальных остатков металлопроката без дефицита и соответственно профицита с учетом динамики отпускных цен производителей; развитие индивидуального подхода к постоянным потребителям; повышение точности прогнозирования развития рыночной конъюнктуры и повышение эффективности её использования; развитие потребительской базы, в том числе и розничных потребителей; повышение клиентоориентированности и выработка удобных условий сотрудничества для создания лояльного отношения к компании [6].

География продаж металлопроката в Кыргызской Республике имеет свои особенности. Большая часть продаж приходится на столицу Кыргызстана – г. Бишкек и его окрестности – Чуйскую область. Именно в этом регионе Кыргызстана наблюдается наибольшая концентрация мощностей в строительной сфере и других отраслях экономики. Кроме того, в Бишкеке проживает население с наибольшими доходами по стране. По этой причине основные склады металлотрейдеров расположены здесь же.

Вторым по значимости и объемам продаж регионом является юг страны, представленный Ошской и Джалал-Абадской областями. Ош считается южной столицей Кыргызской Республики, здесь сосредоточены многие металлопотребляющие производства, а также значительные строительные мощности. За счет того что в данных областях проживает более 40 % населения страны, высока доля продаж в сегменте частного сектора. Для металлотрейдеров важно знать предпочтения частных и завозить больше того ассортимента металлопроката, который будет ими востребован. Одной из особенностей юга страны является непосредственная близость к транспортным коридорам из Китая, поэтому в данных областях наблюдается высокий объем поставок Китайского металлопроката, в том числе и контрабанды. Это обстоятельство существенно осложняет возможности ценовой конкуренции между официальными металлотрейдерами и мелкими нелегальными поставщиками. Ведение бизнеса в данном регионе обладает также большими рисками по сравнению с Бишкеком. Ярким примером инвестиционных рисков являются события июня 2010 г., во время которых был нанесен большой ущерб многим предпринимателям.

Третьим перспективным регионом Кыргызстана является Иссык-Кульская область, принимающая благодаря наличию озера Иссык-Куль большую часть потока туристов из других областей Кыргызской Республики, а также стран СНГ. Туристическая отрасль – драйвер развития строительства различных рекреационных сооружений, гостиниц, домов отдыха и пансионатов, что, в свою очередь, требует значительных объемов металлопроката. В Нарынской, Таласской и Баткенской областях доля металлопотребления незначительна, за исключением инфраструктурных проектов, которые носят эпизодический характер.

Барьеры входа на рынок металлоторговли постоянно увеличиваются. В современных условиях для успешной деятельности на рынке металлопроката Кыргызской Республики необходимо иметь оборудованный склад или даже комплекс складов, обеспечивающих прием и хранение широкого ассортимента металлопродукции не менее 100–150 наименований и общим объемом от 1500 т. Необходимо учитывать, что в наиболее выгодном с точки зрения величины спроса и удобства логистики центре – г. Бишкек, наблюдается существенный дефицит складских помещений, что требует значительных инвестиций в постройку складской инфраструктуры либо покупки уже готовых. Без учета затрат на складскую инфраструктуру минимальные активы для осуществления поставок металла и эффективного функционирования на рынке металлоторговли Кыргызстана составляют не менее 1,5–2 млн долл. Кроме финансовых барьеров существуют и другие ограничения для вхождения на рынок новых игроков. Как было отмечено выше, большую роль играет имидж и репутация металлотрейдера, которая зазлуживается годами успешного сотрудничества с потребителями [7, 8].

Потенциальными металлотрейдерами могут быть и те организации, которые занимаются поставками прочих строительных материалов и имеют налаженные каналы доставки, хранения и сбыта товаров. Базовыми условиями, влияющими на развитие данных поставщиков металлопроката, являются следующие: наличие финансовых средств, необходимых для деятельности; наличие базы постоянных потребителей (многие потребители кроме металлопроката закупают также различные стройматериалы); наличие квалифицированного персонала; наличие оборудованных складских помещений для хранения и реализации продукции; репутация и имидж компании и т. д.

Для поддержания широкого ассортимента, оперативных поставок необходимых номенклатурных позиций металлопроката в достаточных объемах необходимо наладить долгосрочные отношения

с множеством производителей – металлургическими комбинатами и крупными металлобазами. Для получения конкурентных закупочных цен у производителей металлопроката необходимо закупать определенные объемы номенклатурных позиций каждый месяц. Ежемесячные закупки также позволяют отслеживать тенденции отпускных цен (рост, стабилизация или падение), что напрямую влияет на формирование ценовой политики на внутреннем рынке Кыргызской Республики. Величина отпускных цен у большинства производителей зависит от объема закупа (чем больше объем – тем больше скидка), поэтому крупные металлотрейдеры с крупными ежемесячными продажами получают наиболее конкурентные закупочные цены и могут предложить для своих потребителей наиболее выгодные цены на внутреннем рынке Кыргызстана.

Наиболее значимыми проблемами, с которыми сталкиваются металлотрейдеры Кыргызской Республики, являются следующие: высокая конкуренция на рынке; дефицит дешевых оборотных средств; высокая волатильность рыночной конъюнктуры, выражающейся в нестабильности цен и спроса [8].

В условиях дальнейшего ужесточения конкуренции и падения прибыльности металлотрейдеры Кыргызской Республики стремятся диверсифицировать свою деятельность и развиваться в следующих основных направлениях: поставка неметаллических строительных материалов; развитие филиальной сети; создание розничных точек, торгующих широким ассортиментом товаров (стройматериалы, хозяйственные товары, пиломатериалы и т. д.); создание и развитие розничных сетей магазинов и баз стройматериалов; выкуп готовых складов либо постройка собственной складской инфраструктуры, обеспечивающей стабильность и дальнейшее развитие бизнеса; развитие новых сопутствующих и сервисных услуг; развитие металлообработки и производства металлических изделий и конструкций; участие в строительных подрядах и изготовлении необходимых в строительстве элементов; непосредственное строительство и строительные услуги и т. д. [9, 10].

Примечательно, что перспективы развития рынка металлоторговли Кыргызской Республики

определенным образом коррелируются с направлениями развития рынков Казахстана и России. Ситуация, которая начинает проследиваться в Кыргызстане, является пройденным этапом для многих российских и казахстанских металлотрейдеров. В этом смысле опыт металлоторгующих компаний сопредельных государств является очень ценным для кыргызстанских металлотрейдеров. Тем не менее внедрять достижения и опыт российских и казахстанских металлотрейдеров необходимо с учетом особенностей рынка металлопроката Кыргызской Республики.

Литература

1. Кыргызстан в цифрах: стат. сб. / Нацстатком КР. Бишкек, 2009–2014.
2. *Иган Дж.* Маркетинг отношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе отношений. / Дж. Иган; пер. с англ. Е.Э. Лалаян. 2 изд. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.
3. *Котлер Ф.* Основы маркетинга. Краткий курс: новое издание / Ф. Котлер. М.: Вильямс, 2008.
4. Закон КР «О внутренней торговле в КР» (в ред. законов КР от 20 марта 2002 г. № 40) // ИПС «Токтом». Бишкек, 2014.
5. Закон КР «О конкуренции» (в ред. законов КР от 17 июня 2011 г. № 116 с изм. от 5 апреля 2013 г.) // ИПС «Токтом». Бишкек, 2014.
6. *Минет С.* Промышленный маркетинг: принципиально новый подход к решению маркетинговых задач / С. Минет; пер. с англ. М.: Вильямс, 2003. С. 18–57.
7. Корпоративный стандарт по технике продаж ОсОО «Первая Металлобаза», разработанный «консалтинговой компанией РОСТ».
8. Инвестиционный меморандум ОсОО «Первая Металлобаза».
9. *Винкельманн П.* Маркетинг и сбыт. Основы ориентированного на рынок управления компанией / П. Винкельманн; пер. с нем. М.: ИД Гребенникова, 2006.
10. *Нагапетьянц Н.А.* Маркетинг в отраслях и сферах деятельности / Н.А. Нагапетьянц. М.: Вуз. учебник, 2007. С. 272.