

ИМПОРТ АВТОГРЕЙДЕРОВ: ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА 2010 ГОДА

После резкого спада в кризисном 2009 году, продажи автогрейдеров начали такими же стремительными темпами расти, увеличившись в течение 2010 года в 2 раза в количественном и в 3 раза в стоимостном выражении. Но период финансовых потрясений не прошел бесследно, в корне поменяв структуру рынка и ключевых игроков.

Классификация автогрейдеров

В наше время любая строительная организация имеет в своем автопарке хотя бы один грейдер. Данный вид техники применяется для планировочных и профилировочных работ при строительстве дорог, сооружения невысоких насыпей и профильных выемок, отрывки дорожного корыта и распределения в нем каменных материалов, зачистки дна котлованов, планировки территорий, засыпки траншей, рвов, канав и ям, а также очистки дорог, строительных площадок, городских магистралей и площадей от снега в зимнее время.

Данный вид спецтехники дифференцируется по нескольким критериям, основные из которых: масса, расположение колес и тип трансмиссии. По весу различают легкие автогрейдеры – массой до 12 тонн, средние автогрейдеры – до 15 тонн и тяжелые – более 15 тон.

В связи с быстрым развитием, в классификацию грейдеров по весу можно включить еще два класса:

- мини-грейдеры – машины, которые используются для планирования маленьких территорий, например тротуаров, а также внутри зданий;
- сверхтяжелые автогрейдеры – применяются в основном в горнодобывающей отрасли и выпускаются очень мелкими партиями или под заказ.

Классификация по весу, хоть и является классической, довольно условна. Например, большинство производителей, выпускающих автогрейдеры массой 14–19 тонн, позиционируют их как полутяжелые, но всего 10–15 лет назад машины такого веса безоговорочно признавались тяжелыми.

Также для классификации автогрейдеров может использоваться такой показатель, как мощность двигателя. Наиболее часто такое деление применяется в странах СНГ. По ГОСТ 11030–93 автогрейдеры делятся:

- класс 100: 66,2...88,2 кВт;
- класс 140: 88,9...117,6 кВт;
- класс 180: 118,4...147 кВт;
- класс 250: больше 147,8 кВт и выше.

Т.В. Казанцев, ■
компания AS MARKETING
www.asmarketing.ru
Тел.: +7 (495) 638–5559



Рис. 1. Структура поставок автогрейдеров по странам-производителям в IV кв. 2010 г. (в долларовом эквиваленте)

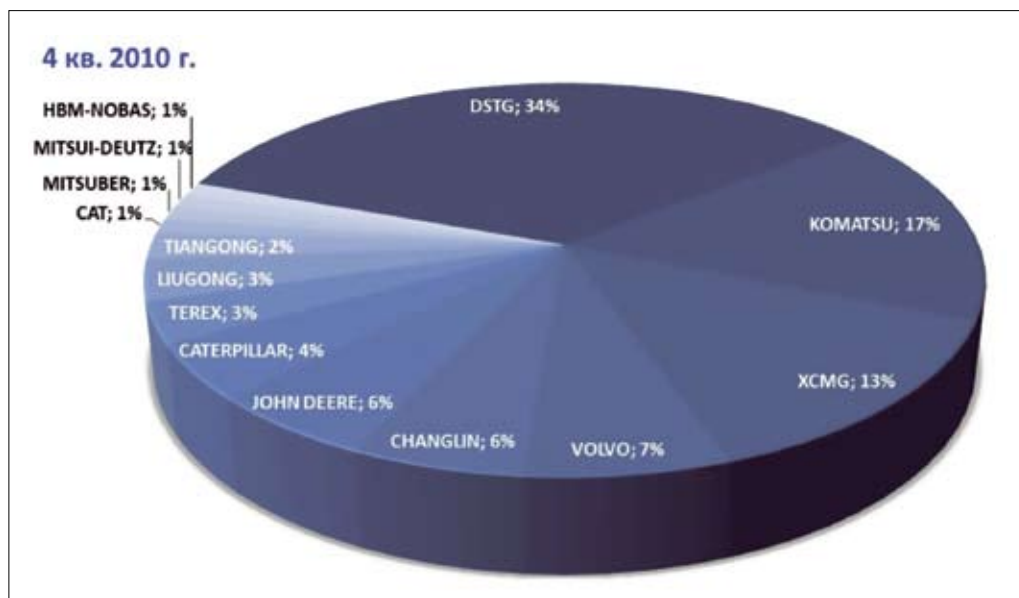


Рис. 2. Структура поставок автогрейдеров в разрезе торговой марки, IV кв. 2010 г.

Колесная схема автогрейдеров определяется формулой А*Б*В, где А – число осей с управляемыми колесами; Б – число осей с ведущими колесами и В – общее число осей.

Тип задней тележки автогрейдера определяется использованной конструктивной схемой: либо с балансирной подвеской и бортовыми редукторами, либо с балансирной подвеской и отдельными ведущими мостами.

Также различают автогрейдеры с механической и гидромеханической трансмиссиями. В последнее время начался выпуск автогрейдеров с гидромеханической трансмиссией, которая автоматически и плавно изменяет скорость движения в широких пределах.

Бортовые передачи бывают двух типов – в виде бортовых редукторов (у легких и средних автогрейдеров) и отдельных ведущих мостов (у тяжелых автогрейдеров).

Анализ тенденций импорта в 2010 году

Сравнительный анализ продаж импортных автогрейдеров в IV квартале 2009 и 2010 годов показывает, что в связи со своей маневренностью и относительной дешевизной прежде всего развивается рынок мини-грейдеров – если в 2009 году не было закуплено ни одной машины этого класса, то в 2010 году на их долю приходится 2,5 процента продаж. Основную массу продаж – 78 процентов – составляют машины среднего веса. И в этом тенденции 2009 и 2010 годов схожи. Еще одно на-

правление, которое появилось в структуре импорта – это закупка автогрейдеров-тяжеловесов. Доля машин весом от 20 тонн в 2010 году составила 12 процентов от общего числа закупок.

По странам-производителям наблюдается следующая картина (рис. 1): лидером поставок является Китай, отвоевавший в 2010 году долю рынка в 49 процентов. Также растут, но куда как более скромными темпами, поставки японской техники и машин из США. А вот продукция из Канады резко теряет свою долю на рынке – ее доля в 2010 году составила всего 1 процент.

Ключевые игроки на рынке автогрейдеров за год поменялись кардинальным образом, как и распределение продаж по брендам (рис. 2). Лидером в количественном выражении стала китайская марка DSTG, заняв по результатам IV квартала 2010 года первое место в структуре поставок. Следует отметить, что данная марка в 2009 году в Россию не завозилась. Японская марка KOMATSU с долей в 17 процентов –

на втором месте. Третью позицию в рейтинге занимает XCMG с 13 процентами.

Самой продаваемой моделью стала PY 180G фирмы DSTG. На ее долю приходится 25 процентов от общего числа проданных в 2010 году машин.

В кризисном 2009 году строительные компании были вынуждены экономить, поэтому уровень закупки импортной техники, бывшей в употреблении, составил 33 процента. В 2010 году этот показатель сокращается до 17 процентов, что свидетельствует о положительной динамике развития рынка к концу 2010 года.

По мнению специалистов компании AS MARKETING, строительство скоростных трасс, в том числе начало масштабных работ на дороге Москва – Санкт-Петербург, а также продолжение реконструкции транспортной сети Большого Сочи способны сохранить тенденцию увеличения спроса на автогрейдеры и положительная динамика роста на данном рынке сохранится.

О компании AS MARKETING:

AS MARKETING была создана в 1994 году и сегодня благодаря многолетнему опыту реализует комплексный подход к решению маркетинговых задач.

Компания имеет большой опыт исследования промышленных и потребительских рынков. Ориентация на потребителей, учет тонких особенностей отраслевых и региональных рынков, достоверные и своевременные результаты исследований – главные характеристики работы компании.

Основными направлениями работы компании являются различные виды исследования B2B рынков, а также маркетинговое сопровождение деятельности компании-заказчика.

Кроме этого, компания AS MARKETING предлагает регулярные мониторинги внешнеэкономической деятельности по различным группам товаров.