

ОСОБЕННОСТИ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛИ ПРОДУКЦИЕЙ АВИАЦИОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Д.И. Жракова, магистрант

Н.А. Бударина, д-р экон. наук, доцент

Российская таможенная академия

(Россия, г. Люберцы)

DOI:10.24412/2500-1000-2022-4-4-62-67

Аннотация. Данная статья включает обзор особенностей международной торговли продукцией авиационной промышленности. Проведена количественная оценка конкурентоспособности авиационной продукции России и зарубежных стран мира, а также выявлены тенденции, характерные для международного рынка данной продукции. Анализ мировых производителей продукции авиационной промышленности позволил выявить методы поддержания конкурентоспособности на международном рынке, методы определения предпочтений потребителей и специфические черты рынка воздушных судов.

Ключевые слова: авиационная промышленность, международная торговля, конкурентоспособность, Boeing, Airbus, ПАО «Объединённая авиастроительная организация».

Международный рынок продукции авиационной промышленности является частью международного рынка машин и оборудования, то есть представляет собой специализированный товарный рынок, на котором объектом купли-продажи выступают воздушные суда и его компоненты.

Авиация на современном этапе своего развития имеет базовую классификацию на воздушные суда гражданского назначения и воздушные суда государственного назначения.

В соответствии с Конвенцией о международной гражданской авиации (далее – ИКАО) воздушные суда подразделяются на воздушные суда, которые легче воздуха (с двигателем и без двигателя), и воздушные суда, которые тяжелее воздуха (с двигателем и без двигателя).

В соответствии с Воздушным кодексом Российской Федерации воздушные суда подразделяются на гражданские, государственные и экспериментальные (рис. 1).



Рис. 1. Виды авиации в России

Особенности международной торговли продукцией авиационной промышленности необходимо рассматривать с точки зрения спроса на данную продукцию. Так, спрос определяется под воздействием разных факторов, одним из которых является конкурентоспособность товара.

Понятие «конкурентоспособность» имеет много определений, что связано с изучением данного вопроса как на уровне товара, так и на уровне компании, отрасли, региона и государства [1]. Стоит отметить, что понятие международной конкурентоспособности на разных уровнях связаны между собой. Например, М. Портер в своих трудах исследует зависимость конкурентоспособности страны и конкурентоспособности компании этой страны.

Итак, отечественный учёный Р.Б. Ноздрева рассматривала конкурентоспособность товара, как «совокупность характеристик товара и сопровождающих его продаже, и потреблению услуг, что отличают его от аналогичных товаров по таким параметрам, как степень удовлетворения потребностей, степень затрат на его приобретение и потребление» [2]. То есть под конкурентоспособностью подразумевается свойство товара соответствовать запросам потребителей и быть проданным.

Наиболее комплексный анализ оценки конкурентоспособности авиационной продукции в своих трудах провела Ю.А. Милоданова [3], которая выделила разные критерии конкурентоспособности авиационной продукции, что определяют спрос.

1. Экономическая составляющая.

Экономическая составляющая конкурентоспособности авиационной продукции включает затраты на приобретение продукции, затраты на владение продукцией, затраты на техническое обслуживание, амортизация и т.д.

В последние годы особое внимание при приобретении самолёта уделяется такому параметру, как «остаточная стоимость». Особое значение остаточная стоимость воздушного судна имеет для лизинговых компаний, которые заинтересованы в сохранении стоимости на приемлемом

уровне через определённое количество эксплуатируемых лет.

2. Техническая составляющая (характеристики надёжности воздушного судна, его назначение, экологическая безопасность, критерии технического обслуживания и т.д.).

3. Коммерческая составляющая (система маркетинга, ценообразование, финансирование, послепродажное обслуживание и т.д.).

4. Юридическая составляющая (патентное право, сертификация качества и безопасности по международным и отечественным стандартам и т.д.).

5. Репутация (развитие бренда продукции авиационной промышленности).

Таким образом, на сегодняшний день провести количественную оценку конкурентоспособности авиационной продукции сложно и проблематично, поскольку требуется учёт множества факторов. Стоит отметить, что в наибольшей степени имеет значение условия финансирования, которые производители продукции при поддержке государства способны предложить своим потенциальным покупателям.

В современных условиях отмечается следующая тенденция: на международных рынках конкурируют не государства, а компании, в частности, на рынке авиационной техники основными игроками выступают транснациональные корпорации. Так, на международном рынке представлены следующие транснациональные корпорации авиационной промышленности: Boeing, Airbus, Embraer, Bombardier.

Для сохранения конкурентоспособности своей продукции данные корпорации используют схожие стратегии в области маркетинга, менеджмента и технологий, а также специальные инструменты международной кооперации: слияния, поглощения, стратегические альянсы, совместные предприятия и аутсорсинг.

Следует отметить, что специфической чертой международного рынка, в частности, рынка авиационной отрасли, является стандартизация товара и идентичный спрос. Так, стандартизированный товар подлежит дифференциации в границах

продуктовой линейки, а принцип унификации приносит выгоды как потребителям (экономия затрат на содержание лётного парка), так и производителям (рациональное распределение ресурсов).

Например, американская корпорация Boeing изготавливает и поставляет семейство двухдвигательных широкофюзеляжных пассажирских самолётов Boeing 777, которые имеют разные модификации, отличающиеся вместимостью, дальностью и максимальным взлётным весом:

- 1) Boeing 777-200;
- 2) Boeing 777-200ER;
- 3) Boeing 777-200LR;
- 4) Boeing 777-300;
- 5) Boeing 777-300ER;
- 6) Boeing 777 Freighter;
- 7) Boeing 777 (KC-777);
- 8) Boeing 777X.

На рынке авиационной продукции наблюдается рыночная дуополия, сформировавшаяся в ходе слияний и поглощений 1980 – 1990 – х годов такими корпорациями, как Boeing и Airbus. Целью данной стратегии стало объединение финансовых, научно-технических, трудовых ресурсов, экономия посредством масштаба производства и выход на новые стратегически важные рынки. Так, в ходе слияний и поглощений с рынка воздушных судов ушли такие компании, как Lockheed Corporation и McDonnell Douglas.

Мощным инструментом поддержания конкурентоспособности является стратегический альянс. Формой стратегического альянса есть совместные предприятия, которые активно используются на международном рынке воздушных судов при поддержке государства. Так, шесть авиакомпаний Китая заключили соглашение о поставке 60 самолётов Boeing 787 Dreamliner на сумму 7,2 млрд.долл.США. «Chengdu

Aircraft Industry» - китайский аэрокосмический конгломерат, становится участником программы развития Boeing 787, а после стал активным участником программ 737MAX и 787-10.

Таким образом, анализ мировых производителей продукции авиационной промышленности позволил выявить методы поддержания конкурентоспособности на международном рынке, методы определения предпочтений потребителей и специфические черты рынка воздушных судов. Так, на современном этапе активно развиваются процессы слияний и поглощений, формирование стратегических альянсов и аутсорсинг. Стоит отметить, что важную роль в продвижении продукции на глобальный авиационный рынок отводится государственной поддержке в сфере финансирования и представления интересов за рубежом.

В процессе исследования авиационного рынка были выявлены такие характеристики, как стандартизация продукции с дифференциацией в границах продуктовой линейки и идентичный спрос. В таких условиях крупным авиастроительным корпорациям: Boeing, Airbus, Bombardier, Embraer, удалось поддержать свою конкурентоспособность посредством слияний и поглощений, а также кооперации в сфере финансов, инноваций и маркетинга, что позволило открыть доступ к новым технологиям и рынкам сбыта.

Динамика на рынке продукции авиационной промышленности позволила выявить тенденции, характерные для данного рынка.

Доля среднемагистральных воздушных судов преобладает в мировом парке и продолжает стабильно увеличиваться из года в год (табл. 1).

Таблица 1. Доля в мировом парке воздушных судов в зависимости от дальности полёта

Тип воздушного судна в зависимости от дальности полёта	Доля на мировом парке воздушных судов
Ближнемагистральные	24,6%
Среднемагистральные	58%
Дальнемагистральные	17,4%

По прогнозам авиастроительных компаний, доля на рынке ближнемагистральных и среднемагистральных воздушных судов будет увеличиваться вплоть до 2030 года и составит около 60% от общего количества новых самолётов, на долю дальнемагистральных воздушных судов придётся 18% [4].

Как было рассмотрено выше, лидерами на мировом рынке авиации являются компании Boeing, Airbus (сегмент дальнемагистральных самолётов) и компании Embraer, Bombardier (сегмент ближнемагистральных самолётов).

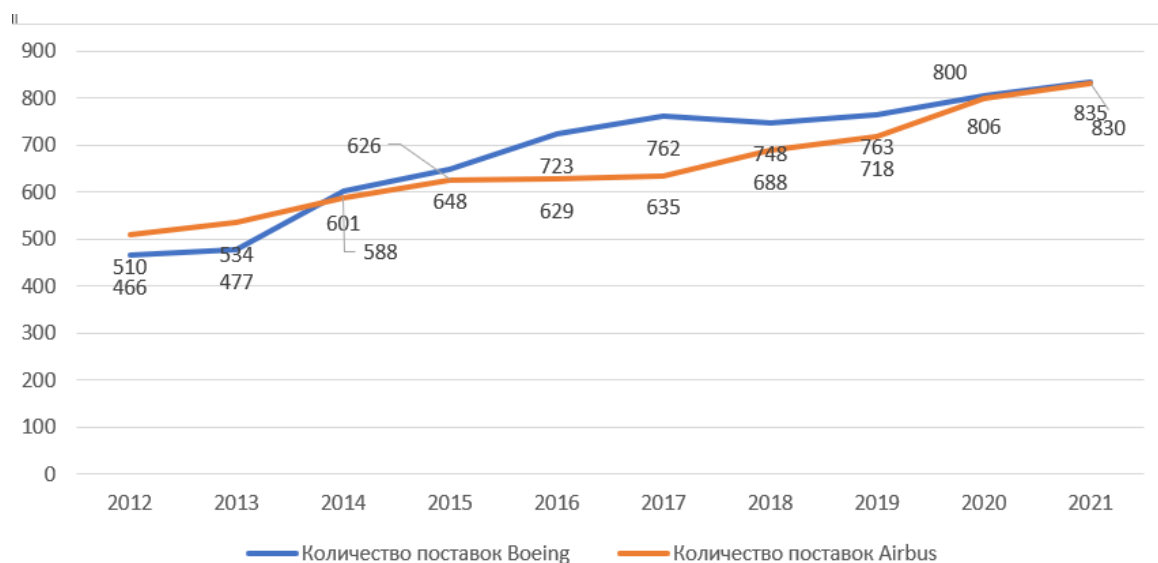


Рис. 2. Соотношение поставок компании Boeing и Airbus с 2012-2021 гг.

Стоит отметить ещё одну тенденцию рынка авиации, а именно увеличившееся значение сегмента послепродажного обслуживания. Так, послепродажное обслуживание представляет собой совокупность услуг, которые оказываются потребителю после факта приобретения товара.

В частности, авиапроизводители уделяют особое внимание организации системы послепродажного обслуживания, поскольку во многом от неё зависит конкурентоспособность на мировом рынке (рис. 3).

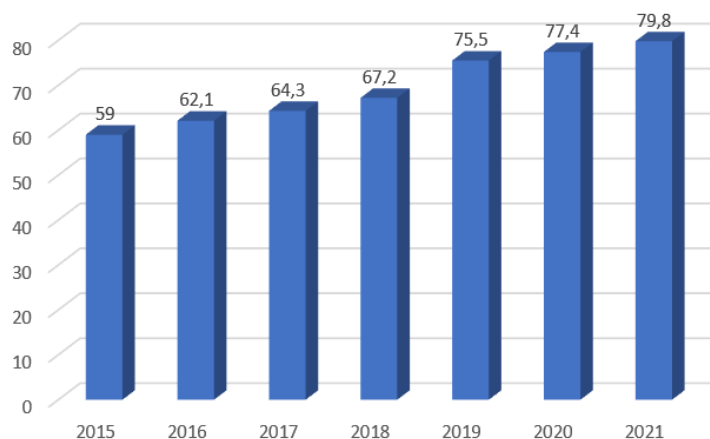


Рис. 3. Объём рынка послепродажного обслуживания с 2015-2021 гг.

Рассмотренные ранее лидеры на рынке авиации вкладывают значительные средства для совершенствования системы послепродажного обслуживания (около 30%-50% оборотных средств).

Так, российские авиапроизводители не имеют столь конкурентноспособной системы послепродажного обслуживания, что проявляется в незначительной доле на мировом рынке, то есть препятствует эффективному и успешному продвижению продукции на глобальный рынок.

Как видно на рисунке 3, в целом объём рынка послепродажного обслуживания составляет около 80 млрд. долл. По прогнозам Международной ассоциации воздушного транспорта, рост данного рынка составит около 4% в год и уже к 2028 году объём рынка приблизится к 120 млрд. долл.

В частности, на долю Северной Америки приходится 29% рынка, на долю Европы – 26%, на долю стран Азиатско-Тихоокеанского региона – 28%.

Стоит отметить такую тенденцию на мировом рынке авиации, как экологические требования, которые значительно ужесточились на современном этапе развития воздушных судов. В частности, особое внимание уделяется требованиям по снижению шумов от двигателей и выбросов топлива.

Таким образом, анализ мировых производителей продукции авиационной промышленности позволил выявить методы поддержания конкурентоспособности на международном рынке, методы определения предпочтений потребителей и специфические черты рынка воздушных судов. Так, на современном этапе активно развиваются процессы слияний и поглощений,

формирование стратегических альянсов и аутсорсинг. Стоит отметить, что важную роль в продвижении продукции на глобальный авиационный рынок отводится государственной поддержке в сфере финансирования и представления интересов за рубежом.

В процессе исследования авиационного рынка были выявлены такие характеристики, как стандартизация продукции с дифференциацией в границах продуктовой линейки и идентичный спрос. В таких условиях крупным авиастроительным корпорациям: Boeing, Airbus, Bombardier, Embraer, удалось поддержать свою конкурентоспособность посредством слияний и поглощений, а также кооперации в сфере финансов, инноваций и маркетинга, что позволило открыть доступ к новым технологиям и рынкам сбыта.

Наукоёмкость продукции авиационной промышленности определяет необходимость в научных исследованиях и финансировании данной сферы, что также определяет значительную роль государства в данном процессе. Среди тенденций данного рынка следует также выделить ужесточившиеся экологические требования к продукции авиационной промышленности и необходимость совершенствования системы послепродажного обслуживания, которая выступает одним из факторов поддержания конкурентоспособности на мировом рынке.

Так, перечисленные тенденции позволили сделать вывод, что рынок авиации на современном этапе развития международных отношений стал глобальным, и перед компаниями встаёт необходимость отвечать на колебания внешних факторов.

Библиографический список

1. Шапкин В.С. [и др.] Современные подходы к оценке конкурентоспособности самолетов. – М.: ГосНИИ ГА, 2013.
2. Ноздрева Р.Б. Международный маркетинг: учебник. – М.: Экономист, 2005.
3. Милоданова Ю.А. Организационно-экономический механизм формирования стратегии конъюнктурно обусловленной трансформации авиадвигательного предприятия: диссертация кандидата экономических наук: 08.00.05 / Милоданова Юлия Александровна. Москва, 2013.

4. Обзор рынка в 2016-2035 гг. // ПАО «ОАК». 2016. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.uacrussia.ru/ru/press-center/news/prognoz-rynka-grazhdanskoy-aviatsii-2016-2035-goda.pdf>

FEATURES OF INTERNATIONAL TRADE IN AIRCRAFT INDUSTRY PRODUCTS

D.I. Zharkova, *Graduate Student*

N.A. Budarina, *Doctor of Economic Sciences, Associate Professor*

Russian Customs Academy

(Russia, Lyubertsy)

***Abstract.** This article includes an overview of the features of international trade in aviation products. A quantitative assessment of the competitiveness of aviation products in Russia and foreign countries of the world was carried out, and trends characteristic of the international market for these products were identified. An analysis of global manufacturers of aviation products made it possible to identify methods for maintaining competitiveness in the international market, methods for determining consumer preferences and specific features of the aircraft market.*

***Keywords:** aviation industry, international trade, competitiveness, Boeing, Airbus, United Aircraft Corporation.*