



Маркет
Аналитика

Информационно-аналитический
центр

РОССИЙСКИЙ РЫНОК ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

ДЕМО-ВЕРСИЯ

Москва, март 2012 года



СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

- 1.1. Описание предмета исследования
- 1.2. Показатели социально-экономического развития
- 1.3. Влияющие рынки
- 1.4. Рынок автокомпонентов и запчастей
- 1.5. Тенденции и перспективы развития рынка автокомпонентов и запчастей.
- 1.6. Резюме по разделу

2. СТРУКТУРА РЫНКА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

- 2.1. Сегментация рынка по основным видам продукции
- 2.2. Ценовая сегментация рынка
- 2.3. Сезонность на рынке
- 2.4. Резюме по разделу

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

- 3.1. Объем производства
- 3.2. Объем импорта и экспорта
- 3.3. Объем и темпы роста Рынка
- 3.4. Резюме по разделу

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

- 4.1. Конкуренция на рынке
- 4.2. Описание профилей крупнейших игроков рынка

АвтоВАЗ

Автотор

Фольксваген Груп Рус

Форд мотор компани



Автофрамос

- 4.3. Резюме по разделу
- 5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ
 - 5.1. Особенности сбытовой политики на рынке
 - 5.2. Автомобильные дилеры
 - 5.3. Техническое регулирование в автомобильной отрасли
 - 5.4. Порядок расчета транспортного налога
 - 5.5. Резюме по разделу
- 6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ
 - 6.1. Описание потребителей на рынке
 - 6.2. Потребительские предпочтения на рынке
 - 6.3. Резюме по разделу
- 7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ
 - 7.1. Основные тенденции рынка
 - 7.2. Государственные инициативы
 - 7.3. STEEPLE - анализ рынка
 - 7.4. Риски и барьеры при выходе на рынок

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

Приложение 1. Производители автомобильных компонентов и запчастей, по виду продукции

Приложение 2. Описание классов легковых автомобилей

Приложение 3. Соотношение различных классификаций

Приложение 4. Основные термины, используемые в автомобилестроении

Приложение 5. Перечень российских кредитных организаций, участвующих в программе льготного автокредитования

Приложение 6. Продажи новых легковых и легких коммерческих автомобилей в России по маркам в 2010-2011г.г.



Приложение 7. 25 наиболее продаваемых моделей легковых автомобильных марок в РФ за 2010-2011г.г.

Приложение 8. Производство зарубежных моделей легковых автомобилей в РФ

Приложение 9. Крупнейшие автодилеры в России

Приложение 10. Обеспеченность населения собственными легковыми автомобилями в расчете на 1000 населения, шт.



III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

Влияющие рынки

На исследуемый рынок оказывает влияние рынок автокомпонентов и запчастей, поскольку от степени его развития зависит не только объем выпуска отечественных автомобилей, но и объем промышленной сборки иномарок на территории РФ. Рост продаж легковых автомобилей увеличивает потребность в автокомпонентах со стороны автопроизводителей, в свою очередь падение продаж автомобилей стимулирует вторичный рынок комплектующих.

Рынок автокомпонентов и запчастей

Рынок автокомпонентов и запчастей в России, как и вся автопромышленная отрасль, переживает очередную этап развития.

.....

В настоящее время действуют еще две государственные программы: льготного кредитования и утилизации старых автомобилей. По мнению экспертов, подобная стратегия государства поможет отрасли выйти на докризисный уровень спроса уже к 2014-2015 годам.

.....

Структура рынка отличается от европейской. Если в зоне Евросоюза 75% автокомпонентов приходится на первичный рынок, а лишь 25% на вторичный, то в России иная ситуация – **% - вторичный рынок, **% - первичный.



На сегодняшний момент в России осуществляют свою деятельность более двухсот отечественных заводов производителей автокомпонентов. Многие объединены в группы, структуры и холдинги с единым стратегическим управлением. Среди них можно выделить:

.....

.....

В 2011 году объем рынка автокомпонентов и запчастей

.....

.....

Что касается **вторичного рынка** автокомпонентов, то он

В структуре автокомпонентов первое место занимают шины, на их долю приходится порядка

**% рынка. На втором месте

.....

.....

Для оценки перспектив развития рынка автокомпонентов рассмотрим требования крупнейшего производителя автомобилей «АВТОВАЗа» к поставщикам.

СТРУКТУРА РЫНКА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

Сегментация рынка по основным видам продукции

Сегментация рынка легковых автомобилей по основным видам продукции:

- Тип кузова
- Класс автомобиля
- Объем двигателя и масса автомобиля
- Страна производства



- Марка автомобиля
- Новые или поддержанные автомобили

Рассмотрим их более подробно.

.....

Ценовая сегментация рынка

Оживление рынка и динамика курса доллара способствовали росту продаж в сегменте более дорогих автомобилей.

По итогам 2011г. **средняя цена** на отечественный автомобиль составила около 10 тыс.долл. или 295 тыс.руб. Средняя стоимость новой иномарки –** тыс.руб.

В структуре продаж **иностраннных автомобилей**, преобладают иномарки стоимостью более ** тыс. долл., на долю которых приходится около **% продаж в 2011г. (в стоимостном выражении). При этом важно отметить, что за еще год назад на данный ценовой сегмент приходилось только **% продаж.



ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

ОБЪЕМ ПРОИЗВОДСТВА

По данным «АСМ-холдинг», производство легковых автомобилей в 2011г. по сравнению с 2010г. выросло на **% до *** тыс. шт. (в 2010г. – *** тыс. шт.) и впервые превысило докризисный 2008г.

Последние годы, доля отечественных марок автомобилей в общей структуре производства неуклонно снижается, так если в 2008г. на долю отечественных автомобилей приходилось 60% производства, то по итогам 2011г. их доля снизилась до **%, уступив лидерство иномаркам, произведенным на территории РФ.

Таким образом, в 2011г. в России было произведено:

- Легковые автомобили отечественные – *** тыс.шт. (+**% к уровню 2010г.)
- Легковые автомобили иностранных марок – ***5 тыс.шт. (+**% к уровню 2010г.)

ОБЪЕМ ИМПОРТА И ЭКСПОРТА

Импорт легковых автомобилей

В докризисный период поставки легковых автомобилей в РФ ежегодно увеличивались в среднем на **% в год и к 2008г. достигли отметки в ** млн.шт. С наступлением экономического кризиса, пик которого пришелся на 2009г., **импорт легковых автомобилей** «просел» более чем Спад оказался кратковременным и уже в 2010-2011г.г., по темпам роста, импорт приблизился к докризисным показателям, хотя в абсолютных цифрах импорт



За последние годы структура импорта претерпела значительные изменения, так если в 2006г. объем ввоза новых автомобилей составлял лишь **% от общего объема импорта, то в 2011г. юридические лица ввозили практически

Что касается объема импорта в **стоимостном выражении**, то

Экспорт легковых автомобилей

В докризисный период Россия поставляла в другие страны более 100 тыс. легковых автомобилей в год, однако с наступлением экономического кризиса объем экспорта снизился до ** тыс. автомобилей. В настоящее время российская экономика демонстрирует восстановительный рост, что положительно сказывается на внешнеторговых операциях. По данным «ФТС РФ», в 2011г. экспорт легковых автомобилей за рубеж

В **стоимостном выражении** рост оказался более существенным

ОБЪЕМ И ТЕМПЫ РОСТА РЫНКА

Таким образом, **объем российского рынка легковых автомобилей** в 2011г. составил – **тыс.шт.**, что на **% больше, чем в 2010г., тогда показатель объема достиг отметки в *** тыс.шт.



Пик продаж пришелся на первую половину 2011г. (январь-июнь), а уже во второй половине года, после завершения программы утилизации автомобилей, рост продаж замедлился, однако положительная динамика по отношению к предыдущему году сохранилась.

Наиболее **популярными марками** легковых автомобилей в 2011г. стали (по объему продаж):

- Lada – **%
 - Chevrolet – **%
 - Hyundai – **%
-

По оценке «Эрнст энд Янг», в **стоимостном выражении** российский рынок легковых автомобилей вырос в 2011г. на **%, составив около ** млрд. долл.

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

Конкуренция на рынке

По своим характеристикам предприятия автомобильной промышленности (ОЕМ)¹, действующие на территории Российской Федерации, делятся на четыре основных типа²:

1. **Традиционные российские производители** (ОАО «АВТОВАЗ», предприятия «Группы «ГАЗ», ОАО «КАМАЗ», АМО «ЗИЛ» и др.) – характеризуются наличием изношенной производственно-технологической базы, ограниченными источниками инвестиций; нехваткой современных технологий, недостаточностью масштабов

¹Original Equipment Manufacturer (ОЕМ) - производитель автомобилей

²Источник: Минпромторг, «Основные положения стратегии развития автомобильной промышленности РФ на период 2020 года».



выпускаемых автомобильных платформ и моделей, гибкости производства и профессионального менеджмента;

2. **Российские сборочные предприятия** (ОАО «Иж-Авто», ООО «Тагаз», предприятия группы «Соллерс» и др.) – характеризуются относительно современными технологиями и гибкостью производства, западным стилем управления, неразвитостью собственного инжиниринга и недостаточными масштабами производства для увеличения локализации. Еще одной проблемой является отсутствие прав на интеллектуальную собственность (например, как в случае с группой компаний «АВТОТОР», являющейся контрактным сборщиком автомобилей).
3. **Иностранные автопроизводители** (предприятия Ford, GM, Renault и т.д.) – характеризуются относительно недавним стартом производства в России, малым масштабом производства и уровнем локализации, отсутствием инжиниринговых центров;
4. **Прямые импортеры** – присутствуют на рынке во всех категориях транспортных средств, объем их импорта напрямую зависит от государственных мер тарифного и нетарифного регулирования.

При этом российский рынок легковых автомобилей отличается высоким уровнем фрагментации по моделям, что характеризует относительную развитость рынка, но создает проблемы конкурентоспособности по масштабам производства. Основным традиционным производителем легковых автомобилей в России является ОАО «АВТОВАЗ», производственные мощности которого составляют около 1 млн. шт. в год. При этом подавляющее большинство иных автопроизводителей в России производят в среднем значительно менее 100 тыс. легковых автомобилей.



.....

Крупнейшим производителем иностранных автомобилей в России является компания «Автотор», на долю которой приходится около **% от всех произведенных иномарок в 2010г. Далее следуют:

- «Фольцваген Груп Рус» – **%
- «Автофрамос» – **%
- «Форд Мотор» – **%
- «Солперс» – **%
- GM-AVTOVAZ – **%
- «Дженерал Моторс Авто» – **%

Пятерка крупнейших производителей автомашин в РФ выглядит следующим образом:

- Автоваз
- Автотор
- ...
- ...
- ...

ОПИСАНИЕ ПРОФИЛЕЙ КРУПНЕЙШИХ ИГРОКОВ РЫНКА

АвтоВАЗ

www.lada-auto.ru





О компании

АВТОВАЗ - российская автомобилестроительная компания, основанная в 1966г. На сегодняшний день является крупнейшим производителем легковых автомобилей в России и Восточной Европе. Штаб-квартира и основное производство находится в городе Тольятти Самарской области.

Ассортиментный портфель в сегменте

В настоящее время предприятие производит автомобили под торговой маркой «Lada» («Лада»). Кроме того, поставляет другим производителям машинокомплекты для выпуска автомобилей марок «ВАЗ», «Lada» и «Ока».

Основные бренды:

- LADA Priora
- LADA Kalina
- LADA 110
- LADA Samara
- LADA 2105/07
- LADA 4x4

Показатели деятельности

По итогам 2011г. продажи автомобилей в России выросли на **% - до *** тыс., поставки на экспорт составили ** тыс. машин.

Чистая прибыль «АвтоВАЗа» по МСФО за 6 мес. 2011 года

.....

Выручка от реализации по МСФО на 30 июня 2011года составила

Доля на рынке, среди крупнейших производителей в 2011 г составила – **%

Преимущества

- Крупнейший производитель легковых автомобилей на российском рынке



- Совместные проекты с мировыми лидерами в области производства легковых автомобилей
- Низкие цены на продукцию

Планы по развитию

- Развитие сервисно-сбытовой сети
- Улучшение системы менеджмента качества.
- Активная интеграция в мировое автомобилестроение
- Внедрение передовых гибких технологий производства автомобилей

Автотор

www.avtotor.ru



О компании

Группа компаний «Автотор» - предприятие по сборке автомобилей в Калининградской области. Основано в 1996г., и на сегодняшний день являлся одним из крупнейших предприятий в России по производству и сборке легковых автомобилей

Ассортиментный портфель в сегменте

Сейчас «Автотор» выпускает модели следующих брендов (более 20 моделей):

- BMW: 3-й серии, 5-й серии, X1, X3, X5, X6;
- KIA: Carnival, Magentis, Opirus, Cee'd, Sportage, Carens, Mohave;



- GM: Hummer 3, Hummer 2, Chevrolet Trailblazer, Chevrolet Tahoe, Cadillac STS, Cadillac BLS, Cadillac SRX, Cadillac Escalade;
- GM-DAEWOO: Chevrolet Aveo, Chevrolet Lacetti, Chevrolet Epica

Показатели деятельности

- ...
- ...

Преимущества

- ...
- ...

Планы по развитию

- ...
- ...



Маркет
Аналитика

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

Таблица. Сравнительная характеристика крупнейших игроков (производителей) российского рынка легковых автомобилей

Название компании	Дата основания	Ассортиментный портфель	Портфель брендов	Доля среди компаний	Преимущества	Планы по развитию
АВТОВАЗ		•				
Автотор			•			
Фольцваген РУС			•			
Форд		•				
Автофрамос						

Источник: «Маркет Аналитика»

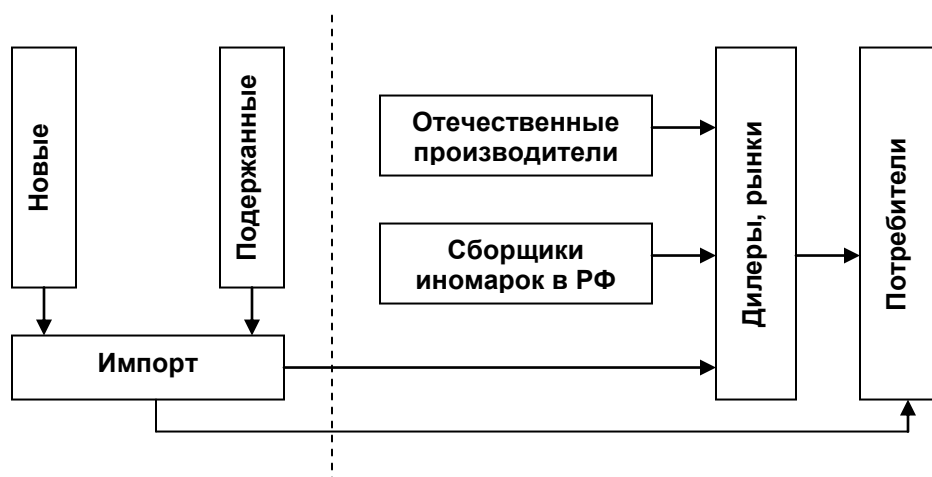


КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

ОСОБЕННОСТИ СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ НА РЫНКЕ

Цепочка движения товара на рынке легковых автомобилей представлена на схеме.

Схема. Цепочка движения товара на рынке



Источник: «Маркет Аналитика»

Таким образом, отечественную отрасль легковых автомобилей можно разделить на три основных сегмента:

1. Импорт автомобилей

Существует несколько схем ввоза в страну легковых автомобилей:

- Потребитель может самостоятельно купить автомобиль за рубежом, а затем перевезти его на территорию РФ. Данная схема характерна при покупке подержанных иномарок
- Потребитель заказывает автомобиль у дилера, который, к указанному сроку, осуществляет доставку транспортного средства из-за рубежа.



2. Производство автомобилей на территории РФ

На территории РФ представлено 2 типа производителей:

- Отечественные предприятия («АВТОВАЗ», «ГАЗ» и др.)
- Заводы зарубежных производителей, осуществляющие промышленную сборку автомобилей.

3. Продажа конечным пользователям

Здесь в основном представлены авторизованные дилеры крупных мировых и отечественных производителей автомобилей.

.....

АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ

Потребителей такого продукта, как легковые автомобили можно разделить на две большие группы: B2C рынок и B2B рынок.

.....

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ НА РЫНКЕ

Согласно исследованию, за последние пять лет, доля автовладельцев увеличилась с **% до **%. Из которых более одного автомобиля у **% опрошенных, доля тех, у кого вообще нет автомобиля, сократилась до **% против **% пять лет назад.

.....



В основном, автопарк российских автовладельцев представлен поддержанными машинами отечественных марок (**%). На втором месте – поддержанные иномарки (**%). Значительно меньше обладателей новых автомашин – как иномарок (***%), так и отечественных (**%).

Согласно опросу ВЦИОМ, большинство из тех, у кого нет автомобиля, не собираются им обзаводиться в ближайшее время – **% опрошенных.

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА

- В 2011г. производство легковых автомобилей достигло исторического максимума, что стало возможным благодаря восстановлению спроса, плановому увеличению загрузки производственных мощностей и осуществлению новых инвестиций в отрасли.
- Вследствие восстановления покупательской способности и рынка кредитования, а также государственной поддержки, продажи легковых автомобилей
-

ПЕРЕЧЕНЬ ТАБЛИЦ И ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2007-2011гг., в текущих ценах, млрд. руб.

Диаграмма 2. Прогноз величины ВВП на 2011-2014г.г., %.

Диаграмма 3. Индекс потребительских цен, в 2011-2012г.г., % к предыдущему месяцу

Диаграмма 4. Уровень занятости в январе 2012г., %



Диаграмма 5. Уровень безработицы по федеральным округам в январе 2012г. (% от численности экономически активного населения)

Диаграмма 6. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, руб.

Диаграмма 7. Оборот розничной торговли в 2006-2011г.г., трлн. руб.

Диаграмма 8. Динамика оборота розничной торговли за период 2010-2011 гг., млрд. руб.

Диаграмма 9. Структура оборота розничной торговли в 2011г., %

Диаграмма 10. Структура российского рынка автокомпонентов в 2011г., %

Диаграмма 11. Основные игроки рынка автокомпонентов

Диаграмма 12. Число иностранных компаний на российском рынке автокомпонентов

Диаграмма 13. Динамика российского рынка автокомпонентов в 2007-2011г.г., млрд. долл.

Диаграмма 14. Динамика первичного и вторичного рынка автокомпонентов, млрд. долл.

Диаграмма 15. Структура вторичного рынка автокомпонентов, 2010 г., %

Диаграмма 16. Структура автопрома России, 2008-2012 г.г., % (в натуральном выражении)

Диаграмма 17. Структура российского рынка легковых автомобилей по происхождению, 2010-2011г.г., % (в натуральном выражении)

Диаграмма 18. Структура парка автомобилей LADA в январе 2011г., млн.шт.

Диаграмма 19. Возраст легковых автомобилей в РФ в январе 2011г., %

Диаграмма 20. Сегментация рынка по типу КПП в кв. 2011г., %

Диаграмма 21. Сегментация рынка по типу привода, 2010 г., %.

Диаграмма 22. Динамика цен на импортные и отечественные автомобили в 2000-2011г.г., тыс.долл.

Диаграмма 23. Структура продаж иномарок по ценовым сегментам в 2011г., % (в денежном выражении)

Диаграмма 24. Структура продаж отечественных автомобилей по ценовым сегментам в 2011г., % (в денежном выражении)

Диаграмма 25. Динамика производства легковых автомобилей в России в 2006-2011г.г., тыс.шт.

Диаграмма 26. Структура производства легковых автомобилей в РФ в 2008-2011г.г., % (в натуральном выражении)



Диаграмма 27. Динамика производства отечественных автомобилей и иномарок в РФ за 2008-2011г.г., тыс.шт.

Диаграмма 28. Динамика импорта легковых автомобилей в РФ за 2001-2011г.г., тыс.шт.

Диаграмма 29. Доля новых и поддержанных автомобилей в структуре импорта за 2001-2011г.г., % (в натуральном выражении)

Диаграмма 30. Объем импорта легковых автомобилей в РФ за 2010-2011г.г., млн.долл.

Диаграмма 31. Страны-импортеры новых легковых автомобилей в 2011г., % (в натуральном выражении)

Диаграмма 32. Страны импортеры поддержанных легковых автомобилей возрастом до 5 лет в 2011г., % (в натуральном выражении)

Диаграмма 33. Страны-импортеры поддержанных легковых автомобилей возрастом до 5 лет в 2011г., % (в натуральном выражении)

Диаграмма 34. Соотношение импорта и производства легковых автомобилей в 2011г., % (в натуральном выражении)

Диаграмма 35. Динамика экспорта легковых автомобилей за 2001-2011г.г., тыс.шт.

Диаграмма 36. Динамика экспорта легковых автомобилей за 2001-2011г.г., млн.долл.

Диаграмма 37. Крупнейшие страны-экспортеры легковых автомобилей в 2011г., % (в натуральном выражении)

Диаграмма 38. Структура экспорта легковых автомобилей в 2011г., % (в натуральном выражении)

Диаграмма 39. Динамика рынка легковых автомобилей в 2006-2011г.г., тыс.шт.

Диаграмма 40. Марочная структура продаж легковых автомобилей в РФ за 2011г., % (в натуральном выражении)

Диаграмма 41. Динамика рынка легковых автомобилей в 2007-2011г.г., млрд.долл.

Диаграмма 42. Структура продаж легковых автомобилей в 2011г., % (в денежном выражении)

Диаграмма 43. Прогноз продаж новых автомобилей в РФ на 2012-2015г.г., млн.шт.

Диаграмма 44. Крупнейшие производители легковых иномарок в РФ в 2010г., % (в натуральном выражении)



Диаграмма 45. Крупнейшие производители легковых машин в России, за 2011 г., % (в натуральном выражении)

Диаграмма 46. Динамика производства легковых автомобилей на «АВТОВАЗ» в 2007-2011г.г., тыс.шт.

Диаграмма 47. Чистая прибыль «АВТОВАЗ» за ППГ 2010-2011г.г., млрд.руб.

Диаграмма 48. ТОП-10 автодилеров России по обороту (без НДС) в 2010г., млрд.руб.

Диаграмма 49. Общий индекс удовлетворенности автодилеров по маркам, август 2010 года.

Диаграмма 50. Структура населения России по территориальному признаку, на 1 января 2012г., %

Диаграмма 51. Обеспеченность населения РФ (по федеральным округам) легковыми автомобилями в 2010г., шт. на 1000 человек

Диаграмма 52. Автопарк российских автовладельцев в 2011г., %

Диаграмма 53. Желание приобрести автомобиль, от числа респондентов, не имеющих автомобиля в семье, %

Диаграмма 54. Планы на покупку автомобиля в 2011г., %

Диаграмма 55. Средняя сумма на покупку автомобиля, тыс.долл.

Диаграмма 56. Планируемые траты на покупку автомобиля, %

Диаграмма 57. Способ приобретения автомобиля, %

Диаграмма 58. Объем выданных автокредитов в РФ за 2007-2011г.г., млрд.долл.

Схема 1. Добавленная стоимость на один автомобиль

Схема 2. Цепочка движения товара на рынке

Рисунок 1. Иностранные производители автокомпонентов, разместившие свое производство в автомобильных кластерах РФ

Рисунок 2. Расположение заводов по производству автомобилей в России

Рисунок 3. Модель системы утилизации в РФ



Таблица 1. Оценка будущих заказов и производственных площадей для производства автокомпонентов

Таблица 2. Марочная структура российского парка легковых автомобилей на январь 2011 г., % (в натуральном выражении)

Таблица 3. ТОП-10 регионов РФ с самым старым автопарком, лет

Таблица 4. ТОП-10 регионов РФ с самым молодым автопарком, лет

Таблица 5. Таможенные пошлины на легковые автомобили в 2011 г., % от стоимости, евро за куб.см.

Таблица 6. Изменение импортных пошлин в связи с присоединением РФ к ВТО

Таблица 7. Исходные данные для расчета объема рынка легковых автомобилей в 2005-2011 гг.

Таблица 8. Сравнительная характеристика крупнейших игроков (производителей) российского рынка легковых автомобилей

Таблица 9. Структура населения по величине среднедушевых денежных доходов

Таблица 10. Наличие автомобиля в семье, %

Таблица 11. ТОП-10 наиболее продаваемых моделей легковых автомобильных марок в РФ за 2010-2011 гг., шт.

Таблица 12. Список автомобилей, доступных для приобретения в рамках программы утилизации

Таблица 13. Итоги стабилизационных мер в США, Германии, Великобритании, Бразилии, Китае.

Таблица 14. PEST-анализ российского рынка



Маркет
Аналитика

Телефон: (495) 720-13-80
E-mail: info@marketanalitika.ru
www.marketanalitika.ru

По поводу приобретения готовых маркетинговых исследований компании «Маркет Аналитика» обращайтесь по указанным контактам.

Контактная информация:

Телефон: +7 (495) 720-13-80

E-mail: info@marketanalitika.ru

WWW.MARKETANALITIKA.RU