



Маркет
Аналитика

**ДЕМО-ВЕРСИЯ.
РОССИЙСКИЙ РЫНОК ЛЕГКОВЫХ
АВТОМОБИЛЕЙ
МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И
АНАЛИЗ РЫНКА**

Москва, май 2013 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. 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

Хендэ Мотор

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 2011-2012г.г.

Приложение 7. 25 наиболее продаваемых моделей легковых автомобильных марок в РФ за 2011-2012г.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.



ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования

Изучение и анализ российского рынка легковых автомобилей: текущей ситуации, тенденций и перспектив его развития с учётом влияния кризиса

Задачи исследования

- Определить количественные показатели рынка
- Провести сегментацию и описать структуру рынка
- Дать характеристику сегментам рынка
- Провести конкурентный анализ рынка
- Провести анализ потребителей рынка
- Описать тенденции рынка, а также факторы, влияющие на развитие рынка
- Выявить перспективы развития рынка

Предмет исследования

Российский рынок легковых автомобилей (далее рынок)

Методы сбора данных

Данное исследование было проведено кабинетным методом, который предполагает получение вторичной информации о рынке из открытых источников, а также консолидации уже имеющихся сведений об изучаемом рынке.

Источники информации

В качестве источников информации об изучаемом рынке были использованы следующие открытые источники:

- информационно-аналитические порталы, посвященные изучаемому рынку
- открытые статистические данные



Маркет Аналитика

- аналитические обзоры, включая профессиональные издания (СМИ)
- сайты поставщиков изучаемых услуг.



III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

Внутренний валовой продукт (ВВП)

По данным «ФСГС РФ», объем **ВВП** России за 2012г. составил в текущих ценах ... млрд. руб. Индекс физического объема ВВП относительно 2011г. составил *****%. Индекс-дефлятор ВВП за 2012г. по отношению к ценам 2011г. составил *****%.

Диаграмма. Динамика ВВП за период 2007-2012гг., в текущих ценах, млрд. руб.

.....

Источник:

.....

1.1. Влияющие рынки

.....

1.2. РЫНОК АВТОКОМПОНЕНТОВ И ЗАПЧАСТЕЙ

Диаграмма. Структура российского рынка автокомпонентов, %

.....

Источник:

.....

Схема. Добавленная стоимость на один автомобиль

.....

Источник:

Диаграмма. Основные игроки рынка автокомпонентов

.....

Источник:



Порядка **% рынка автокомпонентов приходится на российских производителей: АВТОВАЗ, УАЗ, GM-автоВАЗ и др. Около **% рынка занимают холдинги: СОК, Автоком, ОАТ и др. Меньше **% удерживают импортеры, прочие поставщики компонентов (пластик, резина и пр.) и небольшие производства.



Маркет
Аналитика

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

.....
Источник:



Диаграмма. Динамика российского рынка автокомпонентов в 2008-2012г.г., млрд. долл.

.....

Источник:

В 2012 году объем рынка автокомпонентов и запчастей увеличился на *%, по сравнению с аналогичным периодом 2011г., и составил ... млрд. долл. Значительный прирост емкости рынка автокомпонентов обусловлен быстрым ростом **первичного авторынка** (**%*), а также дальнейшим изменением структуры парка в пользу более дорогих в обслуживании иномарок.

.....

2. СТРУКТУРА РЫНКА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

2.1. Классификация рынка по основным видам продукции

Диаграмма. Структура автопрома России, 2008-2013 г.г., % (в натуральном выражении)

.....

Источник:

По данным «АСМ-холдинг», в 2013г. на долю иномарок, произведенных в РФ, будет приходиться около **% от общего объема производства, хотя еще в 2008г. их доля составляла около **%.

Диаграмма. Структура российского рынка легковых автомобилей по происхождению, 2011-2012г.г., % (в натуральном выражении)

.....

Источник:

В зависимости от страны происхождения, на российском рынке преобладают иномарки отечественной сборки (**%*), импортные иномарки (**%*) и отечественные автомобили



(****%). Как видно из диаграммы, в 2012г. произошло снижение доли отечественных автомобилей и импортных иномарок, на фоне роста сегмента иномарок отечественной сборки.

.....

2.2. Ценовая сегментация рынка

По итогам 2012г. **средняя цена** на отечественный автомобиль составила около ... тыс. долл. или ... тыс. руб. Средняя стоимость новой импортной иномарки – ... тыс. долл. или ... тыс.руб.

Диаграмма. Динамика цен на импортные и отечественные автомобили в 2011-2012г.г., тыс.долл.

.....

Источник:

В структуре продаж **иностранных автомобилей**, преобладают иномарки стоимостью более ... тыс. долл., на долю которых приходится около **% продаж в 2012г. (в стоимостном выражении). При этом важно отметить, что за еще год назад на данный ценовой сегмент приходилось только **% продаж. Таким образом, в результате значительного сокращения количества продаваемых автомобилей премиум-класса, произошло перераспределение долей в пользу среднего ценового сегмента (от ... до ... тыс. долл.).

.....

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

3.1. ОБЪЕМ ПРОИЗВОДСТВА

Несмотря на рост платежеспособного спроса со стороны физических и юридических лиц, а также развитие сборочных производств, темпы роста производства легковых автомобилей



постепенно снижаются. По данным «Росстат», в 2012г. **производство** легковых автомобилей увеличилось на **% до ... тыс. шт, хотя еще в 2011г. темпы роста составляли около **%.

Диаграмма. Динамика производства легковых автомобилей в России в 2007-2013г.г., тыс.шт.

.....

Источник:

.....

3.2. 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 в два раза, до ... тыс. штук. Спад оказался кратковременным и вскоре, по темпам роста, импорт приблизился к докризисным показателям, хотя в абсолютных цифрах импорт ненамного превышает уровень 2006г. Согласно данным «ФТС РФ», по итогам 2012г. в Россию было ввезено ... тыс. легковых автомобилей, что на лишь на *% больше, чем в 2011г.

Диаграмма. Динамика импорта легковых автомобилей в РФ за 2002-2012г.г., тыс. шт.

.....

Источник:

За последние годы структура импорта претерпела значительные изменения, так если в 2003г. объем ввоза новых автомобилей составлял лишь **% от общего объема импорта, то в 2012г. юридические лица ввозили практически только новые автомобили. Изменения в структуре импорта связаны с увеличением таможенных пошлин на подержанные автомобили.



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

.....
Источник:

Что касается объема импорта в **стоимостном выражении**, то по данным «ФТС РФ», по итогам 2012г. в Россию было ввезено автомобилей на общую сумму в ... млн. долл., что на *% превышает показатели 2011г.

.....

3.3. ОБЪЕМ И ТЕМПЫ РОСТА РЫНКА

Таблица. Исходные данные для расчета объем рынка легковых автомобилей в 2006-2012г.г.

Исходные данные	2006г.	2007г.	2008г.	2009г.	2010г.	2011г.	2012г.
Объем производства							
Объем импорта, тыс.шт.							
Объем экспорта, тыс.шт.							

Источник:

Итак, объем рынка рассчитан исходя из суммарных данных по объему внутреннего производства и импорта легковых автомобилей, за вычетом экспортных поставок. Таким образом, **объем российского рынка легковых автомобилей** в 2012г. составил – ... **тыс. шт.**, что на *% больше, чем в 2011г., тогда показатель объема достиг отметки в ... тыс. шт.

.....



4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

4.1. КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ

.....

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 ... млн. шт. в год. При этом подавляющее большинство иных автопроизводителей в России производят в среднем значительно менее ... тыс. легковых автомобилей.

	1	2	3	4	5	6	7	8
Производители автомобилей								
	9	10	11	12	13	14	15	16
Производители автомобилей								
	17	18	19	20	21	22	23	24
Производители автомобилей								



Маркет
Аналитика

Рисунок. Расположение заводов по производству автомобилей в России

.....
Источник:



Крупнейшим производителем иностранных автомобилей в России является компания «Автотор», на долю которой приходится около **% от всех произведенных иномарок в 2012г. Далее следуют:

- Хендэ Мотор – **%
- Фольцваген Груп Рус – **%
- Автофрамос – *%
- Форд Мотор – *%
- и др.

Диаграмма. ТОП-5 производителей легковых иномарок в РФ в 2012г., % (в натуральном выражении)

.....

Источник:

.....

Диаграмма. Крупнейшие производители легковых машин в России, за 2012 г., % (в натуральном выражении)

.....

Источник:

Предприятие ОАО «АВТОВАЗ» является крупнейшим производителем автомобилей в России, на долю которого по итогам 2012 года приходилось около **% общего производства легковых автомобилей.



4.2. 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

-

Преимущества

-



Планы по развитию

-

Автотор

www.avtotor.ru



О компании

Группа компаний «Автотор» - предприятие по сборке автомобилей в Калининградской области. Основано в 1996г., и на сегодняшний день является 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

-



Маркет
Аналитика

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

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
<i>АВТОВАЗ</i>						
<i>Автотор</i>						
<i>Хендэ Мотор СНГ</i>						
<i>Фольцваген РУС</i>						
<i>Автофрамос</i>						

Источник:



5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

5.1. ОСОБЕННОСТИ СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ НА РЫНКЕ

Схема. Цепочка движения товара на рынке

.....

Источник:

.....

5.2. АВТОМОБИЛЬНЫЕ ДИЛЕРЫ

Диаграмма. ТОП-10 автодилеров России по обороту (без НДС) в 2012г., млрд. руб.

.....

Источник:

В тройку лидеров по итогам 2012г. вошли:

- «Мэйджор» - ... млрд. руб.
- «Рольф» - ... млрд. руб.
- «Автомир» - ... млрд. руб. (лидер по числу проданных автомобилей)
-



6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

6.1. ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ

-

6.2. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ НА РЫНКЕ

.....

7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1. ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА

-

7.2. ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ИНИЦИАТИВЫ

.....

7.3. STEERPLE - АНАЛИЗ РЫНКА

Таблица. PEST-анализ российского рынка

Факторы внешней среды	Влияние факторов
	Политические
	Социальные
	Технологические
	Экономические

Источник:

Таким образом, среди **факторов, благоприятствующих** развитию рынка, можно отметить следующие:

-



Среди **проблем**, сдерживающих развитие рынка, можно выделить:

-

7.4. РИСКИ И БАРЬЕРЫ ПРИ ВЫХОДЕ НА РЫНОК

Барьерами для выхода на рынок нового игрока могут стать следующие факторы:

.....

Рисками для компаний, существующих на рынке, могут стать:

.....