

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА АВТОЗАПЧАСТЕЙ ДЛЯ ИМПОРТНЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

**Дата выпуска отчета:
Январь 2008 г.**

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно в информационных целях. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная к вложению инвестиций. MA Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения MA Step by Step.



**STEP BY STEP
МАРКЕТИНГОВОЕ
АГЕНТСТВО**

г. Москва

Аннотация.....	3
Цель исследования.....	3
Описание исследования.....	3
Полное содержание исследования	4
Список диаграмм.....	6
Список таблиц.....	7
Выдержки из исследования.....	9
Объем и темпы роста рынка	9
Общие характеристики рынка	11
Структура и сегментация рынка.....	12
Сегментация игроков рынка	13
Основные игроки рынка.....	14
Игроки Рынка, специализирующиеся на Интернет-торговле	16

АННОТАЦИЯ

Цель исследования

Цель исследования: изучение рынка автозапчастей для импортных автомобилей.

Описание исследования

В ходе исследования были определены основные характеристики рынка, изучена конкурентная среда (дистрибуторы, не аффилированные с производителями), изучены системы дистрибуции, выделены перспективные сегменты рынка. Выявлены тенденции рынка.

Кол-во страниц: 100 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 10 диаграмм, 34 таблицы, 4 схемы

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Введение
Методологическая часть
Описание типа исследования
Объект исследования
Цели исследования
Задачи исследования
География исследования
Время проведения исследования
Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок
Общая экономическая ситуация
Динамика валового внутреннего продукта
Уровень инфляции
Уровень доходов населения
Описание влияющих Рынков
Рынок импортных автомобилей
Объем и темпы роста рынка
Структура рынка
Тенденции рынка
Рынок автосервиса
Объем и темпы роста рынка
Структура рынка
Сегментация рынка
Тенденции рынка
Тенденции Рынка автозапчастей
Сегментация и структура Рынка по основным видам Продукции
Определение продукции
Общие характеристики рынка
Структура и сегментация рынка
Сегментация Рынка по типу автомобиля (грузовые / легковые)
Сегментация Рынка по производителю
Сегментирование Продукции по степени необходимости для автомобиля
Ценовое сегментирование Продукции

Сегментация Рынка по потреблению автозапчастей
Основные количественные характеристики Рынка
Объем Рынка
Конкурентный анализ
Сегментация игроков рынка
Основные игроки рынка
Игроки, реализующие запчасти для легковых и грузовых иномарок
Игроки, реализующие запчасти для легковых иномарок
Игроки, реализующие запчасти для грузовых иномарок
Сравнительная характеристика игроков
Анализ систем дистрибуции
Существующие системы дистрибуции
Особенности дистрибуции некоторых сегментов автозапчастей
Возможные изменения в системах дистрибуции на рынке
Рынок Интернет-торговли
Факторы, способствующие развитию сегмента
Факторы, препятствующие развитию сегмента
Риски сегмента
Игроки Рынка, специализирующиеся на Интернет-торговле
Сравнительная характеристика игроков, специализирующихся на интернет-торговле
Обобщающие выводы и рекомендации
Вероятность выхода на Рынок нового игрока
Общие выводы по отчету
Основные характеристики рынка
Конкурентная среда
Системы дистрибуции

СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Динамика и прогноз ВВП РФ за 2003-2007 гг., млрд. руб. **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 2. Уровень инфляции и прогноз 2003 – 2008 г.г., % **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 3. Динамика реально располагаемых денежных доходов населения, в процентах к соответствующему периоду предыдущего года **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 4. Прогноз динамики ежегодного прироста легкого парка до 2011 года
10

Диаграмма 5. Структура российского автомобильного рынка, 2006 год 11

Диаграмма 6. Доли основных сегментов Рынка **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 7. Специализация автосервисов г. Москвы **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 8. Региональная структура розничного рынка автозапчастей, 2007 год
12

Диаграмма 9. Сегментация автозапчастей по странам 13

Диаграмма 10. Рейтинг известности дистрибуторов среди представителей розничных магазинов и магазинов при автосервисах **Ошибка! Закладка не определена.**

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Темпы роста российского автомобильного рынка в первом полугодии 2006 г.

Таблица 2. Продажи иномарок в России за первый квартал 2007 г., шт.

Таблица 3. Описание сегментов Рынка по производителю

Таблица 4. Основные игроки Рынка

Таблица 5. Ассортимент автозапчастей компании «AD SMARTEC»

Таблица 6. Ассортимент брендов автозапчастей компании «Форум-Авто»

Таблица 7. Ассортимент автозапчастей компании «ИРИТО»

Таблица 8. Объемы принимаемого компанией "ИРИТО" импорта

Таблица 9. Ассортимент автозапчастей компании «Атлант-М»

Таблица 10. Ассортимент автозапчастей компании «Автолига»

Таблица 11. Ассортимент автозапчастей компании «DIOL Autoparts Warehouse»

Таблица 12. Ассортимент автозапчастей компании «Колесо Фортуны»

Таблица 13. Объемы принимаемого компанией «Колесо Фортуны» импорта

Таблица 14. Ассортимент автозапчастей компании «Ор Лайт»

Таблица 15. Ассортимент автозапчастей компании «Форвард»

Таблица 16. Объемы принимаемого компанией «Форвард» импорта

Таблица 17. Ассортимент автозапчастей компании «Москворечье Трейдинг»

Таблица 18. Ассортимент автозапчастей компании «Рольф»

Таблица 19. Объемы принимаемого компанией «Рольф» импорта

Таблица 20. Ассортимент автозапчастей компании «Авто-Евро»

Таблица 21. Ассортимент автозапчастей компании «Рикамби»

Таблица 22. Ассортимент автозапчастей компании «Мир больших машин»

Таблица 23. Ассортимент автозапчастей компании «Трансмастер»

Таблица 24. Ассортимент автозапчастей компании «XL-Motors»

Таблица 25. Объемы принимаемого компанией «XL-Моторс» импорта

Таблица 26. Сравнительная характеристика игроков по основным параметрам

Таблица 27. Максимальный срок поставки автозапчастей ведущими представительствами иностранных автомобилей

Таблица 28. Ассортимент автозапчастей компании «Экспрессзаказ»

Таблица 29. Ассортимент автозапчастей компании «LB-SHOP.RU»

Таблица 30. Ассортимент автозапчастей компании «Альфа-авто»

Таблица 31. Ассортимент автозапчастей компании «Еcar.ru»

Таблица 32. Ассортимент автозапчастей компании «ДЕТАЛИ-AUTO.RU»

Таблица 33. Ассортимент автозапчастей компании «USA-AUTO.RU»

Таблица 34. Сравнительная характеристика игроков, специализирующихся на Интернет-торговле

Схема 1. Сегментация рынка автозапчастей по ценовым характеристикам

Схема 2. Первый вариант системы дистрибуции

Схема 3. Второй вариант системы дистрибуции

Схема 4. Третий вариант системы дистрибуции

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

ОБЪЕМ И ТЕМПЫ РОСТА РЫНКА

Продажи в России автомобилей в 2006 г. выросли на 20% по сравнению с 2005 г. и составили 2 млн. 60 тыс. штук.

§ В 2006 г. объем продаж российских автомобилей в РФ снизился на 5% – до 800 тыс. штук, а **объем продаж иномарок** российского производства вырос на 87% – **до 280 тыс. штук.**

§ **Импорт новых автомобилей** в Россию вырос на 76% – **до 720 тыс. штук.**

§ **Импорт подержанных автомобилей** снизился на 19% – **до 260 тыс. штук.**

Согласно упоминаемому соотношению импорта и производства автозапчастей для иномарок на территории РФ (80% и 20% соответственно) и тому, что объем импортных автомобилей на российском рынке составляет 980-1020 тыс. штук (80% от рынка), объем иномарок российского производства составляет 245-255 тыс. штук (20%).

Объем же продаж иномарок российского производства соответствует 280 тыс. штук, который превышает величину производства. По всей видимости, удовлетворение спроса произошло за счет продажи прошлогодних запасов. Таким образом, становится наглядной величина спроса на иномарки российского производства и, соответственно, необходимых для этого автозапчастей.

Учитывая фактор износа иномарок, равный 20% в год, можно предположить, что замена запчастей для проданных в этом году новых автомобилей потребует через 1-2 года эксплуатации автомобиля. Что касается подержанных автомобилей, то частота и объем замены запчастей в них будут определяться сроком службы машины.

По данным PricewaterhouseCoopers, объем продаж автомобилей в денежном выражении в 2006 г. вырос на 45% – до \$32 млрд. Аналитическое Агентство «Автостат» представило данные по объему продаж иномарок с разбивкой на новые и подержанные. Так, **объем продаж новых иномарок** в 2006 году составил **20,7 млрд. долл. США**, а **объем подержанных иномарок – 4,9 млрд.**

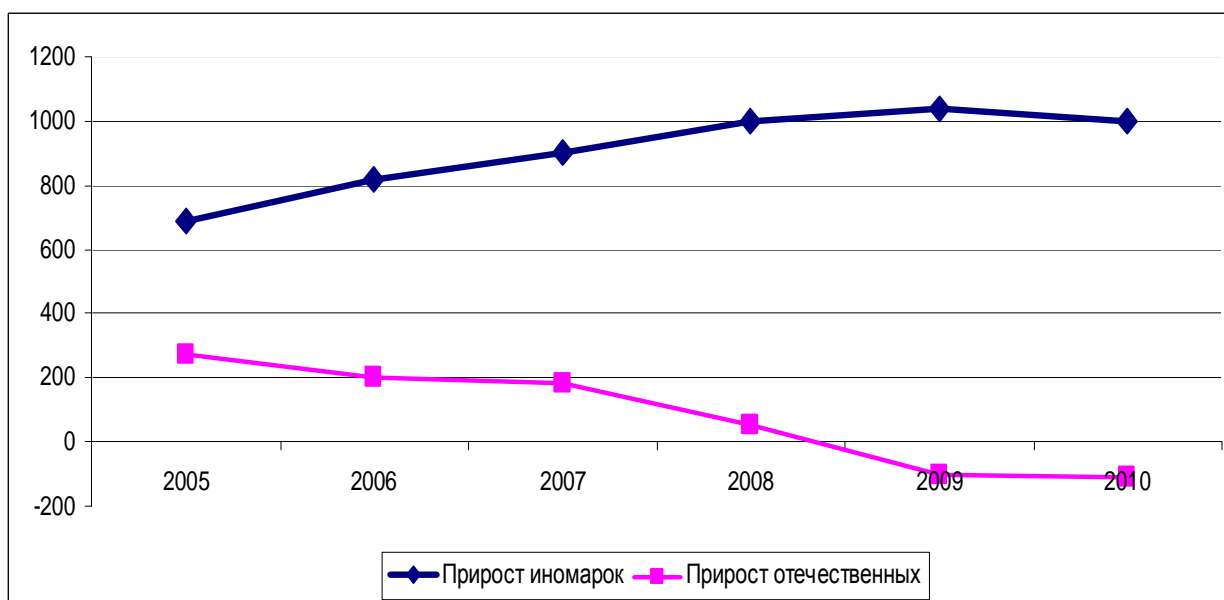
долл. США.

По данным «АВТОСТАТ» за 11 месяцев 2007 года продажи новых автомобилей иностранного производства в РФ увеличились на 63% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года, и составили 566,7 тыс. штук.

Всего за этот период 2007 года в РФ было продано 1,4 млн. автомобилей иностранного производства. Рост продаж иномарок за ноябрь 2007 года составил 58% или 58,5 тыс. единиц по сравнению с тем же периодом 2006 года.

Годовой объем продаж новых автомобилей в России к 2015 г. составит \$50 млрд.

ДИАГРАММА 1. ПРОГНОЗ ДИНАМИКИ ЕЖЕГОДНОГО ПРИРОСТА ЛЕГКОГО ПАРКА ДО 2011 ГОДА

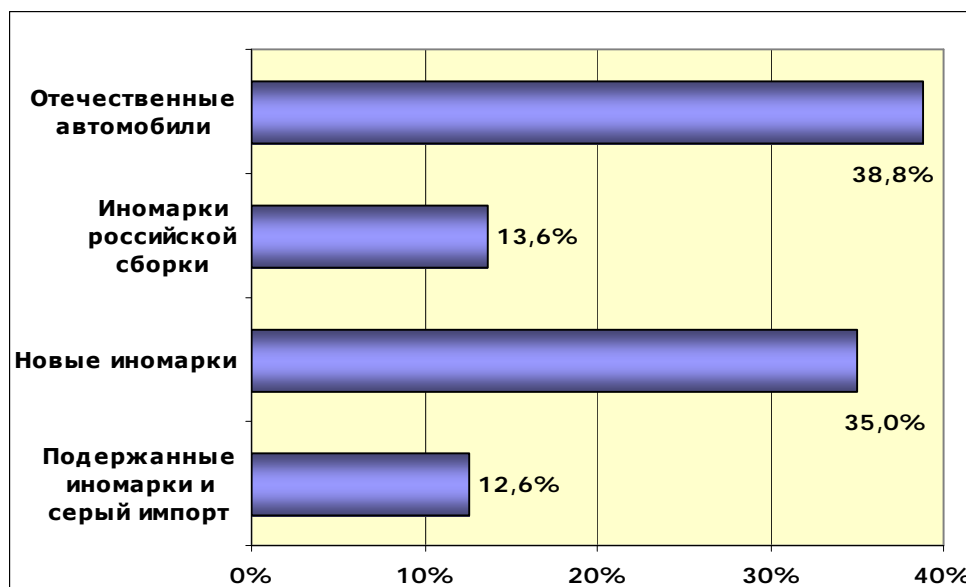


Источник: МА «SIM Сервис Информ»

Структура рынка

Структуру рынка можно охарактеризовать исходя из объемов продаж автомобилей:

ДИАГРАММА 2. СТРУКТУРА РОССИЙСКОГО АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА, 2006 ГОД



Источник: Аудиторская компания PricewaterhouseCoopers

Из диаграммы видно, что большая доля рынка принадлежит отечественным автомобилям (38,8%). Почти на том же уровне находится импорт новых автомобилей (35%). Стоит отметить, что сравнительно недавно (2-3 года назад) доля новых иномарок была значительно меньше, на уровне 15,84%). Данный факт свидетельствует о росте потребления иномарок в России, а соответственно, и об увеличении обращения к дистрибуторам автозапчастей именно для иностранных автомобилей.

Наиболее популярными иностранными марками автомобилей являются Ford, Chevrolet и Toyota.

ОБЩИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

По оценке игроков рынка автозапчастей для иномарок, в целом он быстро развивается. На Рынке присутствует большое количество игроков отмечают, его низкую рентабельность. В настоящее время высокую рентабельность имеют

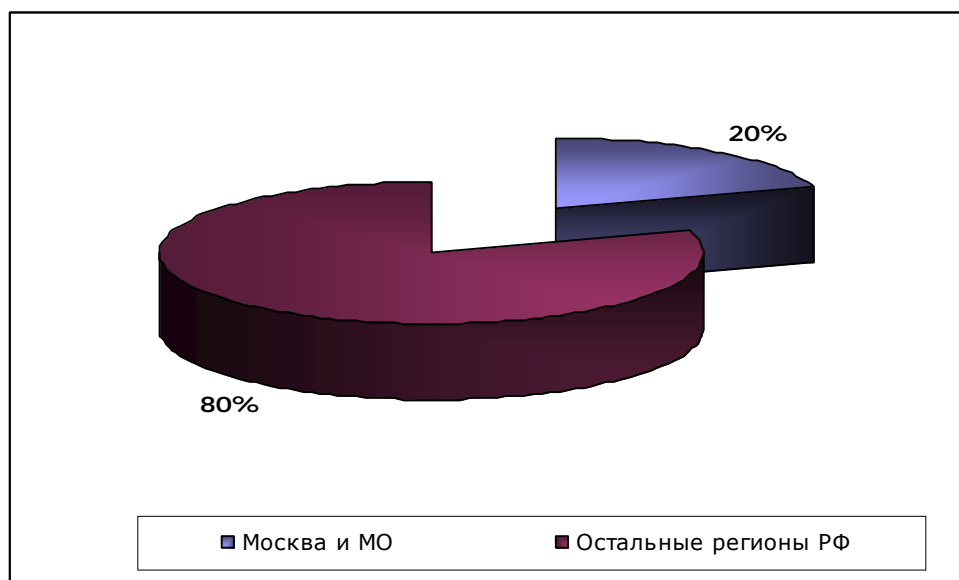
только официальные дилеры, то есть продавцы оригинальных запчастей.

СТРУКТУРА И СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА

Исследуемый рынок находится на начальном этапе развития и пока плохо структурирован.

В настоящее время доля московского розничного рынка автозапчастей составляет около 20% от общероссийского.

ДИАГРАММА 3. РЕГИОНАЛЬНАЯ СТРУКТУРА РОЗНИЧНОГО РЫНКА АВТОЗАПЧАСТЕЙ, 2007 ГОД



Источник: РБК

Сегментирование Рынка автозапчастей для импортных автомобилей можно провести по следующим основаниям:

- § По степени необходимости для автомобиля
- § По типу автомобиля
- § По производителю
- § По ценовым характеристикам автозапчастей и видам продукции
- § По назначению/потреблению автозапчастей

Конкурентный анализ

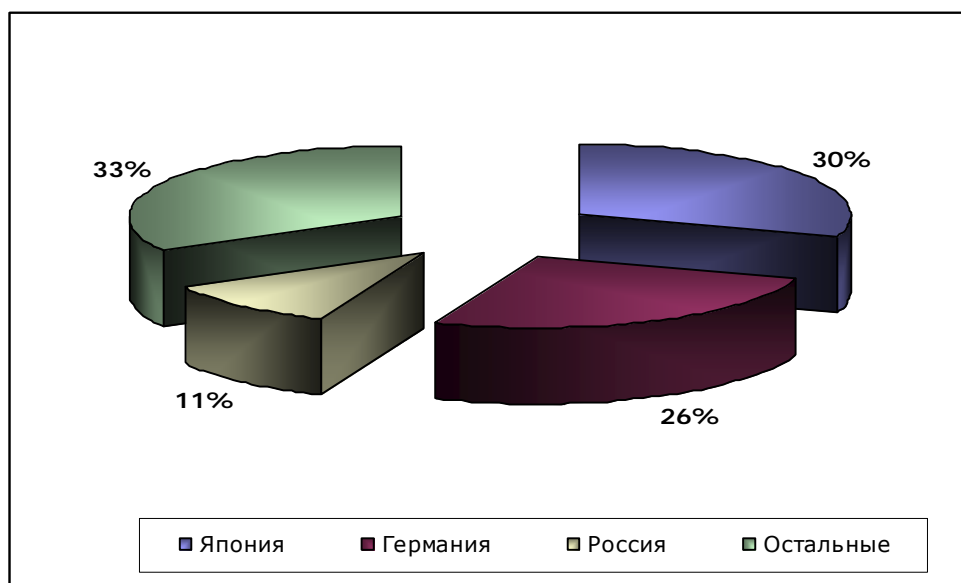
Сегментация игроков рынка

Сегментацию игроков Рынка можно провести по следующим параметрам:

§ По странам

Магазины, реализующие запчасти, являются потребителями рынка – клиентами интересующих нас игроков-дистрибуторов. Учитывая, что структура потребления в большинстве случаев соответствует структуре предложения, можно предположить, что сегментация потребителей с некоторой погрешностью соответствует сегментации дистрибуторов. Продажей автокомпонентов для японских авто занимаются 30% магазинов, доля магазинов, продающих запчасти к немецким машинам составляет 26%, а на третьем месте магазины, специализирующиеся на продаже запчастей для отечественных марок машин, их доля - 11%. (Источник: РБК).

ДИАГРАММА 4. СЕГМЕНТАЦИЯ АВТОЗАПЧАСТЕЙ ПО СТРАНАМ



Источник: РБК

В качестве примера можно привести следующие компании:

- дистрибуция автозапчастей из Японии – «Москворечье трейдинг»
- дистрибуция запчастей из Европы – «Атлант-М»
- дистрибуция автозапчастей из США – «Ор Лайт»

Нужно отметить, что, так как практически все компании являются мультибрендовыми, в их ассортименте представлены изделия разных указанных выше сегментов. Например, компания «Колесо фортуны» занимается импортом продукции из Европы и США.

§ По статусу

- Аффилированные – дистрибуторы, учрежденные самими производителями («дочки»), всегда дистрибутируют продукцию только одной марки (BMW, Audi, Volkswagen, Opel, Toyota, Nissan и др.)
- Неаффилированные – дистрибуторы, являющиеся самостоятельными компаниями, которые занимаются продажей нескольких марок одновременно.

§ По «происхождению» реализуемых автозапчастей (оригинальные / неоригинальные)

- компании, реализующие оригинальные запчасти – «Атлант-М»;
- компании, реализующие неоригинальные запчасти – «Форум-Авто»;
- компании, реализующие оба вида запчастей – «Авто-Евро».

§ По принадлежности реализуемых автозапчастей

- компании, реализующие запчасти для легковых иномарок – «Москворечье Трейдинг»;
- компании, реализующие запчасти для грузовых иномарок – «Мир больших машин»;
- компании, реализующие оба типа запчастей – «Форум-Авто».

ОСНОВНЫЕ ИГРОКИ РЫНКА

Рынок автозапчастей для иностранных автомобилей – достаточно емкий и малонасыщенный. На нем присутствует очень большое количество игроков.

В целом, ситуация на рынке подвижна. Сам рынок еще не устоялся, соответственно, и его доли могут перераспределиться, в том числе между лидирующими игроками.

Основными игроками Рынка на сегодняшний день являются мультибрендовые компании с широкой тематикой продаж, имеющие прямое партнерство с производителями представлено продукции, налаженную систему обслуживания клиентов и собственную транспортную систему.

Основными игроками, интересными для данного исследования, являются дистрибуторы, не аффилированные с производителями. Ниже рассматриваются следующие компании:

ТАБЛИЦА 1. ОСНОВНЫЕ ИГРОКИ РЫНКА

Дистрибуция запчастей для легковых и грузовых иномарок	Дистрибуция запчастей для легковых иномарок	Дистрибуция запчастей для грузовых иномарок
«AD SMARTEC» «Форум-Авто» «Колесо Фортуны» «Ор лайт» «Автолига Инвест» «ИРИТО»	«Москворечье» «Рикамби» «Авто-Евро» «Рольф»	«Мир Больших Машин» , «Трансмастер» «XL-Motors»

Источник: МА Step by Step.

Большая часть игроков, рассмотренных в данном разделе, специализируются именно на дистрибуции запчастей. При этом несколько компаний являются также дистрибуторами автомобилей. Тем не менее, они представляют определенный интерес, так как в целом являются сильными игроками и, предположительно, накладывают определенный отпечаток на ситуацию на рынке автозапчастей для иномарок. К этим компаниям относятся компании «Рольф», «ИРИТО».

Выбор компаний, рассматриваемых в данном разделе, обусловлен:

- § частотой их упоминания в поисковых системах Интернет-источников при запросе любой информации, связанной с дистрибуцией запчастей для иностранных автомобилей,
- § первичными результатами качественного исследования (обозначение основных игроков экспертами рынка)
- § информацией в статьях, представленных в открытых источниках

Игроки Рынка, специализирующиеся на Интернет-торговле

В данном разделе рассматриваются игроки рынка, занимающиеся реализацией запчастей для иномарок через Интернет-магазины.

Сюда входят следующие компании:

- § «Экспрессзаказ»
- § «LB-SHOP.ru»
- § «Альфа-авто»
- § «ECAR.ru»
- § «DETALI-AUTO.ru»
- § «USA-AUTO.RU»

Следующий выбор объясняется частотой упоминания в открытых источниках о данных компаниях при запросе любой информации, связанной с приобретением автозапчастей через интернет.

Все вышеуказанные компании демонстрируют низкие цены на реализуемую продукцию. Это может быть обусловлено отсутствием стационарных торговых точек, при котором компания не несет расходов на аренду и содержание помещения, оплату труда персонала, т.е. нет необходимости в поддержании высокой товарной наценки.

Сайты всех компаний предоставляют возможность проводить поиск необходимых запчастей по различным параметрам: по номеру запчасти, по производителю, VIN-запрос и пр., тем самым создавая возможность комфортной покупки для потребителей.

Большая часть игроков имеет в ассортименте только запчасти для легковых автомобилей, тогда как запчасти для грузовых автомобилей представлены значительно реже (в случае, когда о них отсутствует информация, также можно заключить, что данное направление не развито). Таким образом, развитие Интернет-торговли в сегменте запчастей для грузовой техники является перспективным сегментом.

В целом данный сегмент игроков достаточно быстро развивается, и, возможно, станет серьезно конкурировать с обычными игроками рынка за счет низких цен на продукцию и возможностью для покупателя совершать покупку, не отходя от рабочего места. С другой стороны, можно предположить, что игроки данного сегмента рынка могут конкурировать только в розничном сегменте, поскольку не смогут обеспечить оперативную одновременную поставку большого объема продукции. Соответственно, можно заключить, что развитие игрока оптового сегмента (дистрибутора) в Интернет-торговле станет эффективным инструментом для оптимизации работы с конечным потребителем, однако, вероятнее всего, не окажет значимого влияния на долю игрока на рынке.

Группа Компаний Step by Step работает на рынке 7 лет, осуществляет полный комплекс консалтинговых и маркетинговых услуг, создавая возможность поддержки управленческих решений и развития бизнеса своих клиентов в следующих областях:

- Управленческий и маркетинговый консалтинг
- Брендинг
- Маркетинговые исследования
- Исследования и консалтинг в недвижимости

В состав Группы Компаний Step by Step входят такие подразделения, как:

- Step by Step Консалтинг
- Step by Step Исследования
- Step by Step Недвижимость
- Аналитический центр SbS Аналитика
- Call-центр MarketPhone

Ведущие специалисты Группы Компаний Step by Step состоят в таких профессиональных организациях, как Международная Ассоциация Профессионалов в области исследований общественного мнения и маркетинга (ESOMAR), НГПК (Национальная Гильдия Профессиональных Консультантов), Гильдия Маркетологов, РАРИ (Российская Ассоциация Рыночных Исследований), Московская ТПП.

На сегодняшний день в портфеле Группы Компаний Step by Step более 300 реализованных проектов. Мы гордимся сотрудничеством с такими организациями, как ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", Компания "Русский бисквит", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI ltd, Honeywell, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», Blackwood, Система Галс.