



Маркет
Аналитика

ДЕМО-ВЕРСИЯ
РОССИЙСКИЙ РЫНОК АВТОМОБИЛЬНЫХ
ШИН

Москва, ноябрь 2010



СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ШИН

- 1. Общая характеристика Рынка**
 - 1.1. Понятие автомобильная шина**
 - 1.2. Показатели социально-экономического развития**
 - 1.3. Влияющие рынки**
 - 1.4. Резюме по разделу**
- 2. Структура рынка автомобильных шин**
 - 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**
 - 3.1. Объём производства, импорта и экспорта**
 - 3.2. Объём и темпы роста Рынка**
 - 3.3. Резюме по разделу**
- 4. Конкурентный анализ рынка автомобильных шин**
 - 4.1. Конкуренция на Рынке**
 - 4.2. Описание профилей крупнейших игроков Рынка**
Компания СИБУР-Русские шины



Компания Нижнекамскшина

Michelin

Компания Bridgestone

«Белшина»

Компания Амтел

Компания Yokohama

Концерн Nokian Tyres

4.3. Резюме по разделу

5. Каналы продаж на рынке автомобильных шин

5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

5.2. Описание производителей и зарубежных поставщиков

5.3. Описание оптово-розничного сегмента

Pole Position

TirePros

Vanor

Колесо

5.4. Резюме по разделу

6. Анализ конечных потребителей рынка

6.1. Описание потребительского сегмента

6.2. Объём потребления на Рынке

6.3. Потребительские предпочтения на Рынке

6.4. Резюме по разделу

7. Выводы и рекомендации по исследованию

7.1. Основные тенденции Рынка

7.2. PEST-анализ Рынка

7.3. Риски и барьеры Рынка



Маркет
Аналитика

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

Приложение 1. Требования к условиям хранения автомобильных шин (ГОСТ)



ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

Автомобильная шина - представляет собой упругую оболочку, расположенную на ободе колеса. Шина предназначена для поглощения незначительных колебаний, вызываемых несовершенством дорожного покрытия, реализации и восприятия сил, возникающих в пятне контакта и обеспечения высокого коэффициента сцепления.

Развитие рынка автомобильных шин напрямую связано с развитием автомобильного рынка России, поскольку, чем больше количество автомобилей в России, тем больше потребность в расходных материалах, в том числе и шинах.

По состоянию на середину 2010 года в России насчитывалось ... млн. легковых автомобилей, что на 4,4% больше, чем в середине 2009 года.¹ При этом доля автомобилей российских марок в автопарке страны неуклонно снижается, хотя на их долю все еще приходится около ...%. При этом на фоне падения доли отечественных брендов в автопарке страны число иномарок из года в год неуклонно растет.

Объем российского производства составил по итогам 2009 года ... тыс. легковых автомобилей, сократившись на 59,5%. Сократилась и российская сборка иномарок.

Однако с начала 2010 года наблюдается рост российского производства.

.....

Что касается импорта, то в 2009 году юридическими лицами на территорию России было ввезено легковых автомобилей на 75% меньше, чем в 2008 году

.....

Рост автомобильного парка последних лет, создал все необходимые условия для развития сервисных услуг, в том числе и шиномонтажных. Потребность в услугах шиномонтажа может возникнуть по нескольким причинам – это и смена сезона, неожиданный прокол колеса или износ шин. Как правило, пик спроса на данную услугу приходится на начало весны и конец осени. В остальное время, шиномонтаж получает прибыль либо от сезонного хранения шин, либо от ремонта покрышек. Емкость рынка шиномонтажных услуг составляет около ... млрд. руб.

¹ <http://www.rbcdaily.ru/2010/09/06/cnews/508303>



СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА

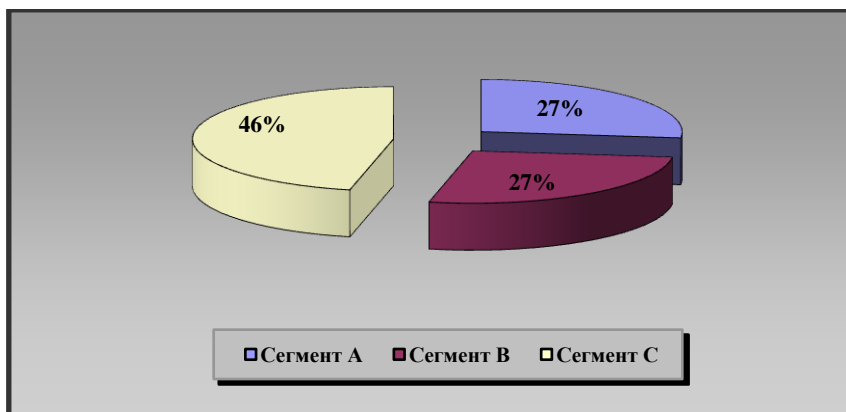
Автомобильные шины можно классифицировать по следующим основаниям: по назначению; способу герметизации; по конструкции; форме профиля; условиям эксплуатации.

Что касается сегментации Рынка по назначению автомобильных шин, то здесь принято выделять 5 основных сегментов: грузовые, легковые, легкогрузовые, индустриальные, сельскохозяйственные.

Рынок шин для легковых автомобилей подразделяется на три ценовых сегмента:

- **Премиум-класс - А (Premium).**
 - «...»
 - «...»
 - «...» и др.
- **Средний ценовой сегмент VFM - В (Value-for-Money).**
 - «...»
 - «...»
 - «...»
 - «...»и др.
- **Нижний ценовой сегмент - С (Econom)** – представлен продукцией заводов, работающих по старой технологии времен СССР.

Диаграмма. Ценовая структура Рынка, в % от объема Рынка (в натуральном выражении)



Источник: Шинный портал Colesa.ru, 2010



КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

По данным Росстат, по итогам 2009 года **объем производства** всех видов шин в России составил млн. штук на сумму рублей. Сокращение производства составило 26,8% по сравнению с 2008 годом.

Однако в I полугодии 2010 года объем российского производства автомобильных шин вырос по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года.

Импорт шин также составил рост на 15,4%.

Экспорт шин из России по итогам 2009 года составил более ... млн. штук. При этом объем экспорта даже вырос по отношению к 2008 году, в котором из России было поставлено иностранным потребителям около ...млн. штук шин. За I полугодие 2010 года этот показатель вырос на 37,5%.

Одной из основных причин, объясняющих падение доли импортной продукции, является.....

По результатам 2009 года Рынок автомобильных шин всех видов (включая колесную технику индустриального назначения, а также трактора и комбайны на колесном ходу) составил в России около ... штук, что почти на 36% меньше, чем в 2008 году². В докризисный период: на протяжении всего 2007 и первых трех кварталов 2008 года рынок демонстрировал очень высокие темпы роста. Однако по итогам 2009 года они показали отрицательный результат.

Эта положительная динамика позволяет сделать вывод, что после пикового кризисного падения спроса в первом квартале 2010 года рынок встал на путь восстановления.

Среди факторов, повлиявших на сокращение объема Рынка в 2009 году можно выделить следующие:

-
-
-

Падение спроса на легковые шины в основном было связано с изменившимся поведением потребителей в условиях кризиса

² <http://www.colesa.ru/>



КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ

На исследуемом Рынке можно выделить 10 игроков с долей в продажах не менее ...% (по данным на начало II полугодия 2010 года)³. Наиболее крупными из них являются «Сибур-Русские шины», на втором месте – «Нижнекамскшина», Michelin и Bridgestone. Далее следуют «Белшина», Amtel и Yokohama.

Компания СИБУР-Русские шины

www.sibrustyre.ru

О компании

Холдинг является одним из крупнейших производителей шин в России, странах СНГ и Восточной Европы. Компания была основана в 2002 году, с целью организации централизованного сбыта продукции шинных предприятий ОАО «АК СИБУР». Холдинг «СИБУР – Русские шины» входит в состав крупнейшего нефтегазохимического холдинга «СИБУР-Холдинг».

В состав холдинга входят 4 шинных завода.

Кроме того в холдинг входят:

- «Саранский завод «Резинотехника» в Саранске и
- «Сибур – Волжский» в Волгоградской области, завод, специализирующийся на производстве синтетического волокна.
- 50% совместного предприятия «Матадор-Омскшина»

Направления деятельности

Холдинг «СИБУР-Русские шины» производит широкую гамму легковых, грузовых, промышленных, сельскохозяйственных и авиационных шин для всех отраслей промышленности - всего свыше 400 моделей.

³ <http://koleso.topof.ru/news.php?pID=7469>



Портфель брендов

Холдинг выпускает:

- Легковые шины под брендом «Cordiant»
- Шины для коммерческого транспорта под брендом «TyRex», в модельном ряду которых представлены сельскохозяйственные, грузовые, промышленные, а также цельнометаллокордные модели наиболее популярных типоразмеров шин

География деятельности

Реализация продукции холдинга «СИБУР-Русские шины» осуществляется как через центральный офис в Москве и 5 российских филиалов, так и через сеть из 150 дистрибьюторов. Дистрибьюторская сеть обеспечивает представительство продукции холдинга во всех регионах России и на зарубежном рынке (более 20 % продукции идет на экспорт, продукция поставляется в более чем 50 стран мира).

Показатели деятельности

Доля компании на Рынке по итогам I полугодия 2010 года составила 15%. Доля компании в российском производстве шин по итогам 2009 года составила 28,6%.

Преимущества

Конкурентными преимуществами холдинга являются:

- Лидер по объему произведенной продукции (около 30% рынка шин РФ).
- Широкий ассортимент продукции (более 400 моделей)
- Применение инноваций в производстве



Michelin

<http://www.michelin.ru/>

О компании

Компания «Мишлен» – ведущий мировой производитель высокотехнологичных шин – была основана в 1889 году. Компания имеет 72 производственные площадки в 19 странах. В России компания работает с 2004 года. В России производство представлено заводом в Давыдово, Московская область. Производятся шины: Michelin Energy, Michelin Energy Saver, Michelin X-Ice North, BFGoodrich g-Force stud, Kleber Карпор 5. Выпускаемые размеры - 13, 14, 15 и 16 дюйм. Одной из приоритетных задач Мишлен в России является развитие розничной сети шинных центров Tyre Plus. К середине 2009 количество участников сети составило более 200 легковых и грузовых шинных центров по всей территории России и стран СНГ.

Направления деятельности

- Импорт шин в Россию
- Производство шин в России
- Розничные продажи

В России «Мишлен» реализует следующие виды шин:

-

Портфель брендов

- MICHELIN
- BFGoodrich
- Kleber
- Tigar
- Kormoran
- RemiX



Маркет
Аналитика

География деятельности

Компания работает по всему миру, в том числе в СНГ и по всей территории России.

Преимущества

- Широкая география деятельности
- Мировое имя и известность брендов

Компания Yokohama

www.yokohama.ru

О компании

«Yokohama» - японская компания, производитель шин. Компания основана в 1917г. Штаб-квартира расположена в Токио. Представительство Yokohama Russia (ООО «Йокохама Рус») было зарегистрировано весной 2005г. Официальное открытие компании состоялось 1 июля 2005г. Основные направления деятельности компании:

- Оптовая продажа легковых, грузовых и спортивных шин Yokohama
- -Взаимодействие и развитие дилерской сети на территории РФ и в странах СНГ
- Техническая поддержка, обучение и консалтинг оптовых партнеров и конечных потребителей по шинам Yokohama
- Развитие, поддержание и укрепление бренда Yokohama и ADVAN на территории РФ



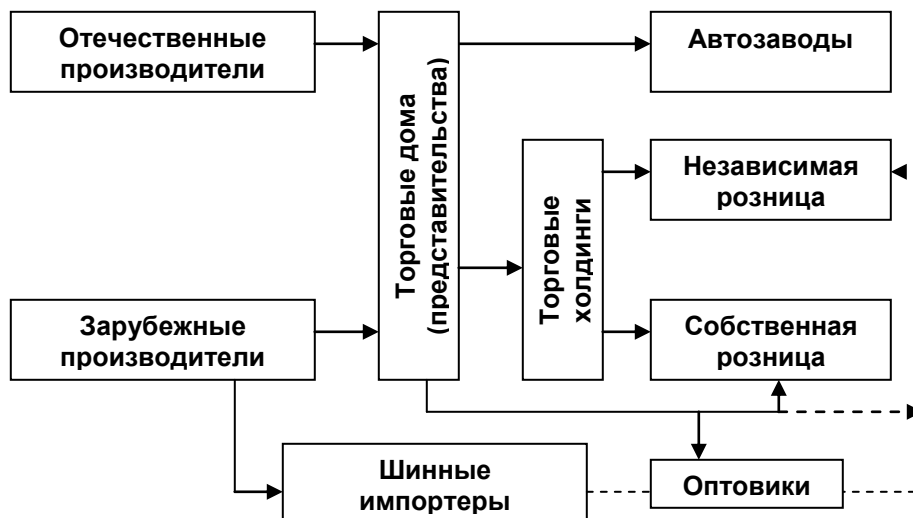
Таблица. Сравнительная характеристика крупнейших игроков (производителей) российского рынка одежды

Название компании	Год основания (выхода на российский рынок)	Направление деятельности	Портфель брендов	География деятельности	Показатели деятельности	Преимущества
СИБУР-Русские шины	2002 год	•				
Нижнекамск шина	1971 год	•				
Michelin	2004 год	•				
Bridgestone Corporation	1931 год					
Компания «Белшина»		•				
Амтел	1999 год					
Yokohama	2005 год					

Источник: «Маркет Аналитика»

ОСОБЕННОСТИ СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ НА РЫНКЕ

Схема. Цепочка движения товара на Рынке



Источник: «Маркет Аналитика»



Таким образом, товар перед попаданием в руки потребителя проходит несколько звеньев. Если компания-изготовитель является иностранной, то цепочка может удлиниться на несколько звеньев, в роли которых могут выступить иностранные дистрибьюторы, или/и официальные представительства компании на территории России.

Оптово-розничный сегмент представлен тремя каналами прохождения шин до розничного магазина:

- **Прямая закупка продукции**
- **Закупка оптовых посредников**
- **Вертикально интегрированные торговые холдинги.**

Важнейшей особенностью этой группы дистрибуторов является их способность самостоятельно формировать спрос потребителей - могут выбирать, какие именно товары из конкурирующих аналогов будут профессионально предложены, а в результате и востребованы конечными потребителями.

Крупнейшими торговыми холдингами России являются следующие компании:

- Pole Position
- Tire Pros
- Vanor
- Колесо

Рассмотрим их подробнее.

.....

Итак, рассмотрев крупнейшие торговые холдинги, можно сделать следующие выводы:

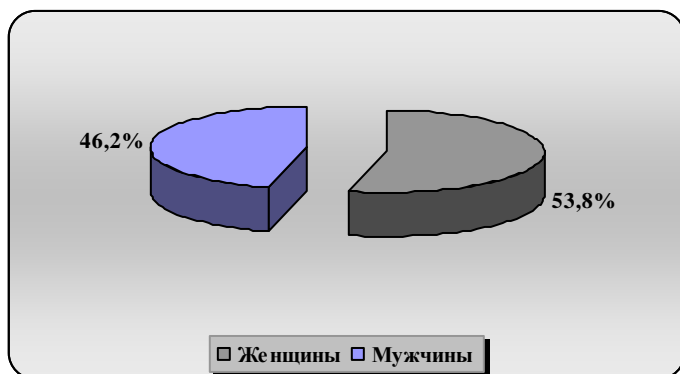
-
-



ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ

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

Диаграмма. Структура населения по половому признаку, % от численности населения



Источник: «ФСГС РФ», 2010г.

По данным «АВТОСТАТ», на середину 2010 года в России насчитывалосьмлн. легковых автомобилей.⁴ Таким образом, получается, что на 1 тыс. жителей России, приходится около автомобилей.

.....

Сегментацию B2C потребителей также можно провести по **уровню дохода**:

- Малоимущие (с доходом ниже среднего). Данная группа населения также является наименее активной, предпочитая покупать дешевую продукцию отечественных производителей.
- Среднедоходная группа. Данная группа населения ориентирована в основном на покупку качественных автомобильных шин отечественного производства или не столь известных марок зарубежных компаний.
- Высокодоходная группа. Данная группа потребителей предъявляет высокие требования к качеству шин и покупает продукцию известных мировых брендов.

⁴ www.autostat.ru



Таблица. Структура населения по величине среднедушевых денежных доходов

Уровень доходов, руб.	2007	2008	2009
до 2000			
2000,1 - 4000			
4000,1 - 6000			
6000,1 - 8000			
8000,1 - 10000			
10000,1 - 15000			
15000,1 - 25000			
свыше 25000			
Всего			

Источник: ФСГС, 2010 год

Классификацию юридических лиц можно провести по нескольким основаниям: по типу собственности; по размерам компании; по сфере деятельности.

Как отмечалось ранее, услуги шиномонтажа носят сезонный характер, поэтому логично предположить, что покупка автомобильных шин также происходит со сменой сезона. Однако частота покупки шин отличается от частоты обращения в шиномонтажную компанию.

.....

Объем потребления на Рынке также зависит от общего парка автомобилей в России, который составляет ... млн. По данным «ВЦИОМ», автомобиль имеется у ...% российских семей.

Также выбор того или иного вида шин зависит от степени износа покрышек.

PEST-анализ Рынка

PESTEL-анализ - маркетинговый инструмент, предназначенный для выявления политических (Political), экономических (Economic), социальных (Social), технологических (Technological), экологических (Ecology) и правовых (legal) аспектов внешней среды которые могут повлиять на стратегию компании. . Каждый фактор имеет знак (-) или (+) – в зависимости от качества влияния его на рынок. Данный вид анализа выявляет значимые для развития рынка факторы, а также представляет оценку степени влияния этих факторов на изучаемую отрасль.



Факторы внешней среды	Влияние факторов
Политические	
<ul style="list-style-type: none">• Законодательная база• Государственные стандарты и нормы• Таможенное законодательство	
Социальные	
<ul style="list-style-type: none">• Материальное положения населения России;• Сокращение денежных доходов населения.	
Технологические	
<ul style="list-style-type: none">• Разработка не только новых видов продукции, но и новых технологий производства• Планы зарубежных производителей по открытию на территории РФ заводов по производству шин	
Экономические	
<ul style="list-style-type: none">• Воздействие мировой экономически на экономику страны;• Состояние кредитной системы;• Курс рубля	

Источник: «Маркет Аналитика»

РИСКИ И БАРЬЕРЫ РЫНКА

Среди **барьеров** для выхода на рынок нового игрока могут стать следующие факторы:

.....

Рисками для компаний, существующих на рынке, могут стать:

.....



Перечень таблиц и диаграмм

- Диаграмма 1. Номинальный объем произведенного ВВП в текущих ценах, млрд. руб.
- Диаграмма 2. Уровень инфляции за период 2003-2009 гг. и прогноз на 2010 год
- Диаграмма 3. Среднемесячная номинальная начисленная заработная плата в расчете на одного работника по региону Российская Федерация, руб.
- Диаграмма 4. Индекс уровня жизни⁵
- Диаграмма 5. Динамика численности безработных за 2008-начало 2009 гг., млн. чел.
- Диаграмма 6. Динамика оборота розничной торговли за период 2000-2009 гг. и прогноз на 2010 год, млрд. руб.
- Диаграмма 7. Структура рынка легковых автомобилей в зависимости от страны-производителя в 2008-2009 гг., в % от общего объема продаж в натуральном выражении
- Диаграмма 8. Ценовая сегментация рынка легковых автомобилей в 2009 году, % от объема продаж в натуральном выражении
- Диаграмма 9. Розничная продажа легковых автомобилей в России за период, млрд. руб.
- Диаграмма 10. Динамика производства легковых автомобилей в РФ за период с 2000-2009 гг., тыс. штук
- Диаграмма 11. Структура импорта б/у автомобилей в 2009 году
- Диаграмма 12. Структура импорта новых автомобилей в 2009 году
- Диаграмма 13. Структура Рынка по назначению автомобильных шин, в % от объема Рынка (в натуральном выражении)
- Диаграмма 14. Ценовая структура Рынка, в % от объема Рынка (в натуральном выражении)
- Диаграмма 15. Динамика производства всех видов шин в России за период 2007-2009 гг., млн. штук
- Диаграмма 16. Структура производства шин в РФ в 2009г., % (в натуральном выражении)
- Диаграмма 17. Динамика импорта шин в Россию за период 2007-2009 гг., млн. штук
- Диаграмма 18. Динамика экспорта шин из России за период 2007-2009 гг., млн. штук
- Диаграмма 19. Динамика Рынка за период 2007-2009 гг. в натуральном выражении, млн. штук
- Диаграмма 20. Динамика Рынка за период 2008-2010 гг. в натуральном выражении (данные за I полугодие), млн. штук
- Диаграмма 21. Динамика в ценовых сегментах Рынка за период 2007-2009 гг. (в натуральном выражении), млн. шт.
- Диаграмма 22. Динамика в сегментах Рынка в зависимости от автомобильных шин за период 2007-2009 гг. (в натуральном выражении), млн. штук
- Диаграмма 23. Доли продаж крупнейших игроков на российском шинном рынке в I полугодии 2010 года, млрд. руб.
- Диаграмма 24. Доли игроков на Рынке в 2009 году (в стоимостном выражении)
- Диаграмма 25. Структура населения России по территориальному признаку
- Диаграмма 26. Наличие автомобиля в семье, %*

⁵ **Индекс уровня жизни** - индекс, характеризующий изменение уровня реальных доходов населения, его определенных групп, определяемый с учетом изменения как денежных доходов населения, так и цен на потребительские товары и услуги для населения.



Диаграмма 27. Тип автомобиля в семьях, %

Диаграмма 28. Потребительские предпочтения относительно выбора зимних шин, %

Таблица 1. Топ-30 марок в парке легковых автомобилей

Таблица 2. Стоимость услуг шиномонтажа для легковых автомобилей, руб.

Таблица 3. Стоимость услуг шиномонтажа для внедорожников, руб

Таблица 4. Стоимость услуг сезонного хранения автомобильных шин, руб.

Таблица 5. Средняя стоимость шин по ценовым сегментам, \$

Таблица 6. Сравнительная характеристика крупнейших игроков (производителей) российского рынка шин

Таблица 7. Сравнительная характеристика крупнейших торговых шинных компаний

Таблица 8. Структура населения по величине среднедушевых денежных доходов

Таблица 9. PEST-анализ российского рынка

Схема 1. Цепочка движения товара на Рынке

Приложение 1. Требования к условиям хранения автомобильных шин (ГОСТ)