

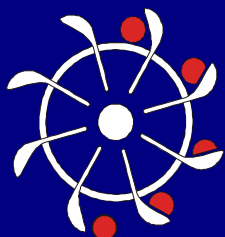
# АНАЛИТИЧЕСКИЙ ОТЧЕТ ПО МАРКЕТИНГОВОМУ ИССЛЕДОВАНИЮ

## РОССИЙСКОГО РЫНКА УСЛУГ АВТОСЕРВИСОВ: ТЕХНИЧЕСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ АВТОМОБИЛЕЙ

### ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

**Дата выпуска отчета:  
Май 2007 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**

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>ОГЛАВЛЕНИЕ</b> .....	<b>2</b>
<b>Аннотация</b> .....	<b>3</b>
Цель и задачи исследования.....	3
Описание исследования.....	3
<b>Полное содержание исследования</b> .....	<b>5</b>
<b>Список диграмм</b> .....	<b>7</b>
<b>Список таблиц</b> .....	<b>8</b>
<b>Выдержки из исследования</b> .....	<b>9</b>
Структура Рынка услуг автосервиса.....	9
Сегментация по специализации .....	10
Объем Рынка.....	11
Объем Рынка в натуральном выражении .....	11
Объем Рынка в денежном выражении .....	11
Темпы роста Рынка.....	11
<b>Конкурентный анализ</b> .....	<b>12</b>
Конкуренция на Рынке автосервисов .....	12
Конкуренция внутри авторизованных автосервисов.....	12
Конкуренция внутри независимых автосервисов .....	12
Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам .....	13
Факторы, благоприятствующие развитию Рынка .....	14
Сдерживающие факторы Рынка .....	14

## АННОТАЦИЯ

### Цель и задачи исследования

Цель исследования: анализ российского рынка услуг технического обслуживания автомобилей.

Задачи исследования:

- описать макроэкономическую конъюнктуру рынка;
- произвести сегментацию рынка, описать основные рыночные сегменты;
- определить емкость рынка;
- изучить систему ценообразования на рынке;
- выявить инвестиционную привлекательность рынка;
- описать инфраструктуру рынка;
- выявить основные тенденции рынка;
- выявить и описать основных производителей;
- провести конкурентный анализ производителей;
- произвести сегментацию потребителей;
- исследовать показатели, характеризующие интенсивность потребления продукции

### ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

**Методы проведения исследования:**

Кабинетное исследование.

В исследовании содержится актуальная информация по объему рынка, его структуре, долях различных сегментов.



В исследовании подробно рассмотрены влияющий рынок автомобилей, а также представлены нормативные документы и рассмотрена государственная поддержка рынка.

В отчете описаны сети автосервисов, представленные на российском рынке.

По результатам исследования представлен STEP-анализ Рынка и анализ возможных рисков на Рынке.

Проанализированы основные тенденции на рынке станций технического обслуживания.

Данный отчет может **представлять интерес** для:

- Действующих автосервисов на Рынке
- Инвесторов на Рынке

**Кол-во страниц:** 61

**Язык отчета:** русский

**Отчет содержит:** 10 диаграмм, 9 таблиц, 1 схема

## **ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ**

### **Введение**

### **Методологическая часть**

### **Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок**

Общая экономическая ситуация

Государственная поддержка

Нормативная база

Описание влияющих Рынков

Описание смежных Рынков

### **Сегментация и структура Рынка**

Виды услуг, подробное описание услуг

Структура Рынка услуг автосервиса

Сегментация по специализации

Теневой Рынок

### **Основные количественные характеристики Рынка**

Объем Рынка

Темпы роста Рынка

Влияние сезонности на Рынок

Ценообразование на Рынке

### **Конкурентный анализ**

Конкуренция на Рынке автосервисов

Основные параметры конкуренции

Описание профилей крупнейших автосервисов

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими автосервисами

## **Анализ потребителей**

Сегментация потребителей

Потребительские предпочтения основных сегментов потребителей

## **Обобщающие выводы и рекомендации**

Факторы, благоприятствующие развитию Рынка

Сдерживающие факторы Рынка

STEP–анализ

Риски, связанные с Рынком, способы избежать рисков

Инвестиционная привлекательность

Тенденции Рынка

## **Общие выводы по отчету**

## СПИСОК ДИГРАММ

Диаграмма 1. Динамика и прогноз ВВП РФ за 2002-2007 гг., %

Диаграмма 2. Уровень инфляции, в % к декабрю  
Диаграмма 3. Динамика реально располагаемых денежных доходов населения, в процентах к соответствующему периоду предыдущего года

Диаграмма 4. Доля автомобилей стоимостью до \$10 тыс. и до \$20 тыс. в общем объёме покупок автомобилей среди населения России за 2006 год.

Диаграмма 5. Доли основных сегментов Рынка  
Диаграмма 6. Специализация автосервисов г. Москвы

Диаграмма 7. Структура стоимости одного часа работы автосервиса

Диаграмма 8. Количество автосервисов сети Bosch service в 2001-2006гг.

Диаграмма 9. Динамика роста оборота Bosch в 2001-2005гг., млн. долл.

Диаграмма 10. Расчет рентабельности автосервиса площадью 800 кв.м.

## СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Самые популярные иномарки в России в 2005г. (в % от всего парка)

Таблица 2. Темпы роста российского автомобильного рынка в первом полугодии 2006г.

Таблица 3. Самые популярные иномарки в I полугодии 2006 г. (по объему продаж)

Таблица 4. Стоимость сервисных услуг в Москве

Таблица 5. Сравнительная характеристика сетей автосервисов

Таблица 6. Распределение населения по величине среднедушевых денежных доходов

Таблица 7. Таблица STEP-анализ Рынка

Таблица 8. Возможные риски, связанные с Рынком

Таблица 9. Барьеры выхода на Рынок и срок окупаемости вложений в 2002-2006 гг.

## ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

На сегодняшний день рынок услуг автосервиса находится на стадии зарождения. В России пока существует только одна сеть федерального масштаба, причем услуги с каждым становятся все более востребованными, так как число автомобилей в России с каждым годом увеличивается.

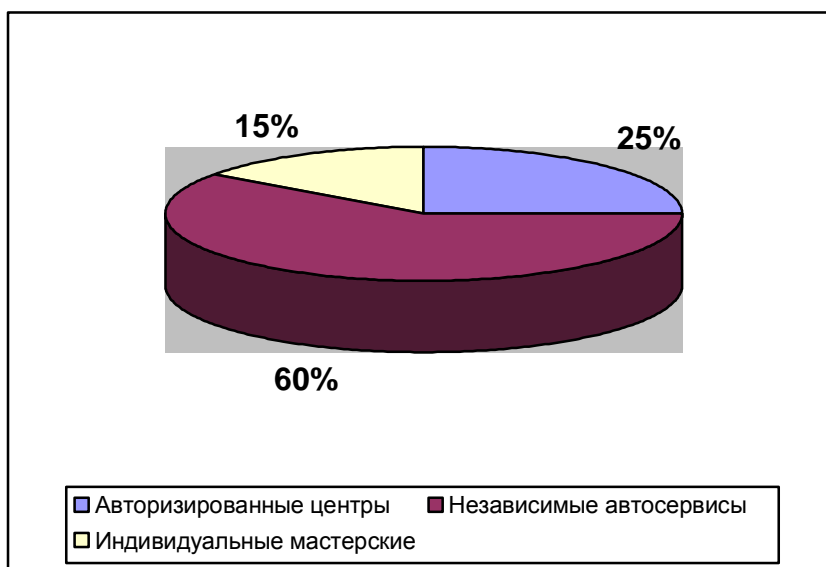
Под услугами автосервиса следует понимать комплекс мер, направленный на поддержание нормального технического состояния и эксплуатационных характеристик автомобиля, а также его восстановление.

## СТРУКТУРА РЫНКА УСЛУГ АВТОСЕРВИСА

Рынок технического обслуживания автомобилей в России четко структурирован по вертикали и имеет три уровня:

1. Авторизированные (дилерские) центры
2. Независимые центры (одиночные и сетевые)
3. Индивидуальные мастерские

### ДИАГРАММА 1. ДОЛИ ОСНОВНЫХ СЕГМЕНТОВ РЫНКА



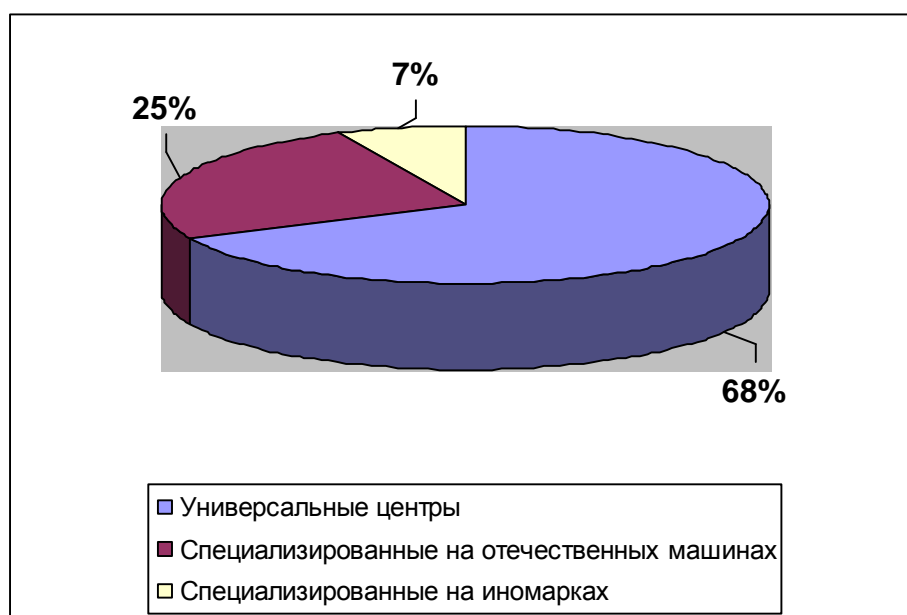
Источник МА Step by Step, 2007 г.

## Сегментация по специализации

Сегментировать все автосервисы можно по специализации. Выделяют следующие автосервисы:

- Универсальные автосервисы
- Специализированные на отечественных автомобилях
- Специализированные на иностранных автомобилях

### ДИАГРАММА 2. СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ АВТОСЕРВИСОВ Г. МОСКВЫ



Источник: по материалам Республика идей.ру, 2005 г.

Большинство автосервисов – 68% по оценкам столичного департамента транспорта и связи – позиционируют себя как универсальные, то есть они способны оказать техпомощь легковым машинам всех марок. На иномарках специализируются только 7% станций техобслуживания, на отечественных моделях – 25%.

Данные по Москве можно с определенными оговорками экстраполировать и на Россию в целом. С той разницей, что в регионах специализация на иностранных машинах встречается несколько реже.

## ОБЪЕМ РЫНКА

**Объем рынка** – это количественный показатель, характеризующий реальную плотность исследуемого Рынка, выраженную в натуральном (в рыночных единицах) и денежном (в \$ эквиваленте) измерении.

## ОБЪЕМ РЫНКА В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ

В России сейчас около **7 500 автосервисов**, в Москве их насчитывается **2 500**. Средний оборот одного автосервиса составляет 125.000 \$/мес.

## ОБЪЕМ РЫНКА В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ

Точной статистики по количественным характеристикам Рынка нет. На 2005 год объем Рынка автосервисов можно рассчитать, исходя из общего количества техцентров и среднего оборота. В результате **объем Рынка в 2005 году** составил **\$11.25 млрд**. Учитывая 20-ти процентные темпы роста Рынка, можно говорить, что **объем Рынка автосервисов в России в 2006 году** составил **\$13.5 млрд**.

## ТЕМПЫ РОСТА РЫНКА

Темпы роста Рынка в денежном выражении составляют в среднем – 20% в год.

Темпы роста открытия новых автосервисов оценить не представляется возможным. Ясно одно, существующее количество автосервисов не удовлетворяет все возрастающие потребности. По оценкам департамента машиностроения Минпромнауки России к 2010 году количество автомашин в России возрастет до 34 млн.

## КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

### **КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ АВТОСЕРВИСОВ**

Рынок автосервисов достаточно структурирован. Однако внутри каждого сегмента есть свои особенности.

### **КОНКУРЕНЦИЯ ВНУТРИ АВТОРИЗИРОВАННЫХ АВТОСЕРВИСОВ**

Авторизированных сервисов в России пока немного, также как и их клиентов, чему виной очень высокие цены на услуги. В результате говорить о какой-то серьезной конкуренции внутри этого сегмента не приходится.

### **КОНКУРЕНЦИЯ ВНУТРИ НЕЗАВИСИМЫХ АВТОСЕРВИСОВ**

Наиболее остро вопрос конкуренции стоит именно в сегменте независимых автосервисов, где все пока еще пребывает достаточно в анархическом состоянии. Брендов в данном сегменте, как и на Рынке в целом, нет, чему виной, в том числе и практически отсутствие сетей автотехцентров.

В секторе сетей автосервисов конкуренции нет, так как самих сетей в России практически нет. Иностраные сети автосервиса не стремятся пока на российский Рынок. Этому может быть несколько причин, главной из которых является заведомо проигрышные позиции в ценах на услуги. Владельцы новых иномарок, которые могли бы составить их контингент, обслуживаются в авторизованных техцентрах. Российским автосервисам также не выгодно связываться с западными сетями, так как в таком случае они теряют свободу выбора поставщиков. Исключением является только сеть фирменных станций техобслуживания «Bosh», однако в России под этой маркой работает только несколько десятков автосервисов. В России существует только одна сильная российская сеть автосервиса – это МВО.

В этом сегменте присутствуют и, так называемые, «псевдосети». В этих случаях предоставляющая марку зарубежная компания использует российских партнеров,

главным образом для повышения сбыта своей продукции, отдавая им определенные предпочтения и требуя взамен наклеить где-нибудь свою торговую марку. Российский партнер, разумеется, тоже внакладе не остается, однако никакого контроля качества услуг и вообще организованной маркетинговой политики, что является ключевым условием для развития сети и бренда, подобные взаимоотношения не предусматривают. Считать это хотя бы полноценной франчайзинговой сетью затруднительно.

## СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА КРУПНЕЙШИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПО ОСНОВНЫМ ПАРАМЕТРАМ

Для удобства сравнения сетей представим информацию в табличном виде.

**ТАБЛИЦА 1. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА СЕТЕЙ АВТОСЕРВИСОВ**

Название компании	Год основания	Географический охват	Кол-во сервисов	Спектр услуг	Сильные стороны	Стратегии развития
Bosch Service	1926	более 70 городов	более 190	Широкий	Организация обучения и повышения квалификации сотрудников компании.	Расширение сети по схеме франчайзинга и увеличение кол-ва сервисов до 5%.
MBO	1996	Москва, Санкт-Петербург	22	Узконаправленный	Наличие собственного учебного центра для сотрудников.	Специализация на самых популярных востребованных группах работ – услугах шиномонтажа, балансировки, а также смазочно-заправочных работах.
Юнит	1996	Москва	3	Широкий	Возможность нахождения клиентов в ремонтной зоне. В каждом автосервисе есть бар, ресторан, бильярд.	Возможность принимать автомобили любого года выпуска, с любой неисправностью, в любое время суток.

Источник: МА Step by Step, 2007 г.

Итак, самой большой сетью автосервисов является Bosch, которая насчитывает более 190 пунктов технического обслуживания автомобилей в более чем 70 городах России. Более того в стратегические планы компании входит увеличение числа автосервисов до 5% от общего количества станций технического обслуживания.



Второй по размерам является сеть автосервисов МВО, которая насчитывает 22 станции в Москве и Санкт-Петербурге. Отличительной особенностью сети является специализация на услугах шиномонтажа и балансировки, а также на смазочно-заправочных работах.

Отметим, что в обеих этих сетях созданы учебные центры по обучению сотрудников автосервисов, что призвано решить проблемы с квалифицированным персоналом.

Третья сеть Юнит создана для обслуживания автомобилей BMW и Mercedes-Benz и насчитывает только 3 центра в Москве, так что говорить о какой-либо конкуренции с ее стороны первым двум сетям пока не приходится.

### **ФАКТОРЫ, БЛАГОПРИЯТСТВУЮЩИЕ РАЗВИТИЮ РЫНКА**

#### **□ Увеличение количества автомобилей**

Прогнозируемый уровень продаж в 2007 году составляет 2,5 млн. новых автомобилей в год.

#### **□ Повышение общего уровня покупательной способности населения**

Одним из основных факторов, благоприятствующих развитию рынка, является увеличение дохода населения и уход покупателей с открытых рынков в цивилизованную розницу.

#### **□ Тенденция ускорения темпа жизни, когда выбор отдается скорости и качеству**

### **СДЕРЖИВАЮЩИЕ ФАКТОРЫ РЫНКА**

#### **□ Непроработанная нормативная база**

Отсутствие внятного законодательства позволяет беспрепятственно мастерам оказывать услуги по авторемонту прямо у себя в гараже в непосредственной близости от своих клиентов. Тот факт, что они не платят налогов, аренды и прочее позволяет им предлагать услуги по мелкому ремонту по более



привлекательным ценам, тем самым по оценке экспертов занимая более половины рынка.

**q Трудность подбора квалифицированного персонала, соответствующего всем необходимым требованиям**

Для решения этой проблемы возможно создание собственных учебных центров, как у сети «МВО».

**q Нехватка земли, а также высокая стоимость аренды земли**

Данная проблема связана с тем, что землю в городах отдают преимущественно под застройку офисными и жилыми зданиями.

**q Теневой бизнес**

Центры и мастерские, не имеющие достаточной квалификации для проведения ремонтных работ, создают конкуренцию на Рынке и отбирают клиентов у профессиональных автосервисов. Некий контроль за такими игроками пытаются установить профессиональные ассоциации, которые разрабатывают технические стандарты для проведения различных работ.



Маркетинговое Агентство Step by Step - агентство полного цикла. Мы работаем по таким **направлениям** как:

- Маркетинговое и управленческое консультирование
- Маркетинговые исследования
- Мерчендайзинг
- Франчайзинг
- Социологические исследования
- Услуги call центра
- Разработка новых коммерческих проектов
- Оказание услуг по аутсорсингу организации корпоративных мероприятий
- Организация и сопровождение представления компаний в Интернет

Для обеспечения качественного и быстрого сбора количественной информации, в структуру нашего агентства интегрировано подразделение **Call center**, которое решает следующие задачи:

- Реализует услугу «Бесплатный вызов» из регионов (8-800)
- Позволяет актуализировать и формировать базы данных.
- Осуществляет исходящий и входящий телемаркетинг, поддержку рекламных и PR акций
- Проводит интервьюирование потребителей
- Оценивает эффективность рекламы

**Наши ключевые клиенты:** ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", "ТелекомКомплектСервис", "Связькомплект", "Информационная индустрия", "Future Telecom", "Элвис-Телеком", Холдинг "Еврохим", Производственная группа "Uniservis", Компания "Русский бисквит", объединение "Полипласт", игровая сеть "Джек-пот", сеть магазинов "Фамилия", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI ltd, ООО «Рассказовские меха», ООО «Северные технологии», Институт социально-экономического развития ЦФО (ИНСЭР ЦФО), Макслевел, Honewell, Colan,



Медиалог, Алькотрейдинг, ассоциации экспортеров Бразилии (АРЕХ), ЗАО «Детский мир», АРТ-Билдинг и многие другие.