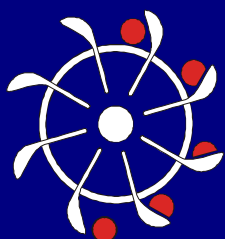


МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА АВТОЗАПРАВОЧНЫХ СТАНЦИЙ МОСКВЫ И МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ (АЗС)

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

**Дата выпуска отчета:
апрель 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

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОГЛАВЛЕНИЕ	2
Аннотация	3
Цель исследования	3
Описание исследования	3
Полное содержание исследования	4
Список диграмм	7
Список таблиц	8
Выдержки из исследования	9
Описание отрасли	9
Нефтегазовая отрасль	9
Экспорт.....	10
Тенденции различных сегментах Продукции	11
Тенденции в сегментах различных видов Продукции	11
Основные производители Рынка.....	11
Структура потребления Продукции или Услуги по видам и брендам Продукции или Услуг	12

АННОТАЦИЯ

Цель исследования

Цель исследования: анализ текущей ситуации на рынке АЗС Москвы и Московской области, а также тенденций его развития.

Описание исследования

В ходе исследования решены следующие задачи:

- Описаны макроэкономические факторы, влияющие на Рынок
- Выделены основные сегменты рынка
- Определена емкость и объем рынка
- Кратко описаны влияющие рынки
- Выявлены основные тенденции рынка
- Описаны объемы российского производства
- Выявлены основные игроки рынка
- Определены социально-демографические характеристики потребителей
- Определены поведенческие характеристики потребителей

Кол-во страниц: 66 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 16 диаграмм, 11 таблиц

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Введение
Методологическая часть
Цели исследования
Задачи исследования
Предмет исследования
Целевая аудитория
Методы сбора данных
Время исследования
География исследования
Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок
Общая экономическая ситуация
Динамика валового внутреннего продукта
Уровень инфляции
Уровень доходов населения
Описание отрасли
Нефтегазовая отрасль
Экспорт
Переработка нефтепродуктов
Производство топлива
Описание влияющих Рынков
Рынок автомобилей
Сегментация и структура Рынка по основным видам Продукции
Определение продукции
Сегментирование АЗС по основным наименованиям
Сегментирование Продукции по видам услуг
Магазин
Точки общественного питания и дополнительные услуги
Сегментирование Продукции по марке топлива
Ценовое сегментирование Продукции
Стоимость строительства многофункциональной АЗС
Тенденции различных сегментах Продукции
Тенденции в сегментах различных видов Продукции

Тенденции в технологических сегментах
Основные количественные характеристики Рынка
Объем и емкость Рынка
Объем Рынка в натуральном выражении
Объем Рынка в денежном выражении
Емкость Рынка в натуральном и денежном выражении
Темпы роста Рынка
Влияние сезонности на Рынок
Сбытовая структура Рынка
Цепочка движения товара
Краткое описание основных сегментов участников Рынка
Производители сырья
Производители Продукции
Дистрибьюторы продукции
Розничный сектор
Основные принципы ценообразования
Конкурентный анализ
Конкуренция между крупнейшими производителями и поставщиками Продукции
Основные параметры конкуренции
Основные производители Рынка. Описание профилей крупнейших компаний
МТК
Ассоциация «Гранд» («РУССНЕФТЬ»)
«ЛУКОЙЛ-Центрнефтепродукт»
ТНК-ВР
ЕКА-АЗС
Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам
Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями Продукции
Анализ потребителей
Описание потребителей, оценка существующей и потенциальной емкости рынка
Структура потребления Продукции или Услуги по видам и брендам Продукции или Услуг



Степень активности в потреблении Продукции или Услуги. Количество Продукции потребляемого одним потребителем за единицу времени

Потребительские предпочтения по: видам, маркам Продукции или Услуги

Зависимость спроса на Продукцию или Услуги от различных характеристик потребителя. Эластичность спроса.

Медиа-предпочтения потребителей (отношение к источникам и формам рекламы Продукции или Услуги)

Обобщающие выводы и рекомендации

Факторы влияющие на развитие Рынка

Риски, связанные с Рынком, способы избежать рисков

Инвестиционная привлекательность/пустующие ниши на Рынке

Тенденции Рынка

Тенденции в ассортименте Продукции

Тенденции в ценовых сегментах

Тенденции на конкурентном поле

Тенденции в потребительском сегменте

Приложение

Приложение 1. Цены на некоторых АЗС Москвы

СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Динамика и прогноз ВВП РФ за 2003-2007 г.г., %

Диаграмма 2. Уровень инфляции и прогноз 2003 – 2008 г., %

Диаграмма 3. Динамика реально располагаемых денежных доходов населения, в процентах к соответствующему периоду предыдущего года

Диаграмма 4. Прирост компаний в первичной переработке нефтяного сырья, 2007г., %

Диаграмма 5. Объем продаж отечественных автомобилей, млн. шт.

Диаграмма 6. Соотношение отечественных и иностранных легковых автомобилей на российском рынке в 2006-2012г.г., в %

Диаграмма 7. Доля автомобилей стоимостью до \$10 тыс. и до \$20 тыс. в общем объеме покупок автомобилей среди населения России за 2006 г., %

Диаграмма 8. Структура стоимости МАЗК, %

Диаграмма 9. Статьи расходов при строительстве МАЗС, %

Диаграмма 10. Спрос на товары магазинов при АЗС, в зависимости от сезона, %

Диаграмма 11. Доли регионов в производстве моторного топлива, %

Диаграмма 12. Структура поставок автобензина в Москву и Московскую область с НПЗ, %

Диаграмма 13. Доля регионов в поставках дизельного топлива в Москву, %

Диаграмма 14. Доли компаний на розничном рынке Москвы, %

Диаграмма 15. Структура цены одной тонны моторного топлива, %

Диаграмма 16. Структура рынка по типу конечных потребителей услуг АЗС, %

Рисунок 1. Виды услуг предоставляемые на АЗС

Рисунок 2. Схема организации отношений на топливном рынке

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Экспорт нефтепродуктов в 2007 г., тыс.т.

Таблица 2. Экспорт газа в 2007г., млрд. куб.м.

Таблица 3. Поставки топлива на внутренний рынок с НПЗ нефтяных компаний, 2007г., млн.т.

Таблица 4. Самые популярные иномарки в 2007 г. (по объему продаж) в тыс. автомобилей

Таблица 5. Самые популярные отечественные автомобили в 2007 г. (по объему продаж)

Таблица 6. Сравнительная характеристика ААЗС и АЗС

Таблица 8. Сравнительная характеристика крупнейших сетей АЗС по основным параметрам

Таблица 9. STEP-анализ рынка

Таблица 10. Возможные риски, связанные с Рынком

Таблица 11. Данные по ценам на некоторых АЗС г. Москвы на 28.03.2008 (в порядке возрастания средней цены на Аи-92), руб.

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

Рынок автозаправочных станций Москвы и Московской области продолжает свое бурное развитие, вызванное увеличением парка автомобилей, однако направлением развития выступает уже не строительство новых АЗС, а совершенствование существующих сетей, в том числе за счет поглощения независимых операторов рынка.

В целом, рынок АЗС как московского региона, так и в целом по стране, имеет большие перспективы, в первую очередь это относится к развитию сопутствующих услуг. Мировой опыт показывает, что данное направление способно генерировать основную прибыль автомобильной заправочной станции.

ОПИСАНИЕ ОТРАСЛИ

НЕФТЕГАЗОВАЯ ОТРАСЛЬ

Добыча нефти и газа

По данным «Минпромэнерго» в **2007г.** производство первичных топливно-энергетических ресурсов возросло на 100,9% к 2006г. и составило **1790,1 млн.т.**

Добыча нефти с газовым конденсатом в 2007 году составила **490,83 млн.т.** Среднесуточная добыча нефти в декабре увеличилась до 1346,5 тыс.т/сутки против 1340,7 тыс.т/сутки в ноябре.

Лидерами по объемам добычи нефти с газовым конденсатом являются:

- ОАО НК «Роснефть»
- ОАО НК «ЛУКОЙЛ»
- НК «ТНК-ВР Холдинг»
- ОАО «Сургутнефтегаз»
- ОАО «Газпром нефть»

Доля этих компаний в общей добыче нефти по стране составляет **75%.**

В целом добыча нефти в 2007г. возросла на 2,1%, тогда как добыча газа сократилась на 0,8 процента.

Добыча газа за 2007 год составила **650,76 млрд.куб.м (99,2% к 2006 году),** в том числе ОАО «Газпром» добыто 549,6 млрд.куб.м (99,9%). Доля ОАО «Газпром» в

общем объеме добычи газа в 2007 году увеличилась до 84,5% против 83,9% в 2006 году.

ЭКСПОРТ

По данным ФТС России и оперативным данным Минпромэнерго России, за **2007 год** экспортировано **258,96 млн.т** российской нефти.

ТАБЛИЦА 1. ЭКСПОРТ НЕФТЕПРОДУКТОВ В 2007 Г., ТЫС.Т.

Направление экспорта	Объем	Прирост к уровню 2006г.
Дальнее зарубежье	222,56	105,4%
Страны СНГ	36,4	97,7%
Общий объем экспорта	259,0	104,2%

Источник: «ФТС России», «Минпромэнерго», 2007г.

При этом в страны дальнего зарубежья и Балтии экспортировано 222,56 млн.т нефти, в страны СНГ - 36,4 млн.т

Что касается экспорта то газа, то в 2007г. по данным ФТС России и оперативным данным Минпромэнерго России экспорт газа составил 191 млрд.куб.м

ТАБЛИЦА 1. ЭКСПОРТ ГАЗА В 2007Г., МЛРД. КУБ.М.

Направление экспорта	Объем	Прирост к уровню 2006г.
Дальнее зарубежье	153,67	95%
Страны СНГ	37,32	97,70%
Общий объем экспорта	191,0	94,2%

Источник: «ФТС России», «Минпромэнерго», 2007г.

При этом в страны дальнего зарубежья и Балтии экспортировано 153,67 млрд.куб.м (95% к 2006 году), в страны СНГ - 37,32 млрд.куб.м (97,7%).

ТАБЛИЦА 2. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ААЗС И АЗС

	ААЗС	Смешанная АЗС	АЗС
Стоимость бензина	98%	98-100%	100%
Время обслуживания	3 мин	3-5 мин	7-10 мин
Производительность	500 заправок/сутки	300 заправок/сутки	150-250 заправок/сутки

Источник: ИА «АИ-92»

Как видно из таблицы, неоспоримым преимуществом ААЗС перед обычной заправкой является производительность, превышающая показатели АЗС в 2 раза (500 заправок в сутки, против 150-250). Высокая производительность достигается в первую очередь за счет сокращения времени обслуживания одного клиента.

Стоит отметить, что с увеличением стоимости бензина в России увеличивается доля автомобилей работающих на газе. Монополист на газовом рынке, компания «Газпром», активно разрабатывает механизмы, стимулирующие использование газа.

Так в планах компании перевод общественного транспорта на оборудование работающее на газовом топливе.

ТЕНДЕНЦИИ РАЗЛИЧНЫХ СЕГМЕНТАХ ПРОДУКЦИИ

ТЕНДЕНЦИИ В СЕГМЕНТАХ РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ ПРОДУКЦИИ

- Дальнейшее развитие рынка АЗС в Москве и Московской области будет происходить в основном за счет технического совершенствования и развития уже существующих сетей, тогда как в регионах будет увеличиваться количество новых АЗС.
- На розничном рынке автомобильного топлива Москвы происходят интеграционные процессы – снижение числа участников рынка за счет поглощения АЗС мелких компаний более крупными. Одной из тенденций рынка АЗС является расширение функциональности сети заправочных станций, дополнение продаж топлива различными услугами, такими как мойка, магазин, кафе. Увеличение цен на бензин, а также ужесточение экологических требования в выбросам в атмосферу, подталкивает развитие сегмента ГАЗС.

На рынке отмечается ситуация когда между собой начинают конкурировать представители крупных торговых сетей.

ОСНОВНЫЕ ПРОИЗВОДИТЕЛИ РЫНКА.

В данном разделе описаны профили следующих АЗС Москвы и Московской области:

- «МТК»
- «Гранд» («Русснефть»)
- «ЛУКОЙЛ-Центрнефтепродукт»

- «ТНК-ВР»
- «ЕКА-АЗС»

В исследовании представлен подробный анализ АЗС по основным характеристикам.

Структура потребления Продукции или Услуги по видам и брендам Продукции или Услуг

Для крупных городов России, в том числе и для Москвы, характерно потребление высокооктанового бензина, тогда как в остальных регионах с более низким уровнем жизни все еще велик спрос на низкооктановый бензин, что связано с более старым и дешевым парком автомобилей.

Что касается дизельного топлива, то его потребление имеет высокие значения в тех же регионах, что и высокооктанового бензина, а также на трассах, по которым осуществляются поставки товаров в крупные мегаполисы.

Также стоит отметить изменения в структуре автопарка, где все большую долю начинают занимать автомобили с дизельным двигателем. В качестве причины таких изменений можно назвать обновление парка грузовых автомобилей и спецтехники.

По результатам исследований предпочтений потребителей услуг АЗС выявлено три основных типа потребителей услуг АЗС:

- **1й тип.** Потребители, приверженные маркам топлива с именами собственными (futura, v-power и другие). Потребители, для которых решающим фактором является качество продаваемого на АЗС топлива, известность бренда и его престижность
- **2й тип.** Потребители, для которых важно качество топлива, но они не готовы переплачивать за бренд
- **3й тип.** Потребители, для которых решающее значение при выборе АЗС играет стоимость топлива

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, Honewell, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», Blackwood, Система Галс.

