

# РОССИЙСКИЙ РЫНОК МОТОТЕХНИКИ

## ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

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.

**Дата выпуска отчета:  
сентябрь 2010 г.**

г. Москва

**STEP BY STEP**





## Содержание

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Аннотация.....</b>   | <b>4</b>  |
| <b>Полное содержание исследования.....</b>  | <b>5</b>  |
| <i>Список диаграмм.....</i>   | <i>7</i>  |
| <i>Список таблиц.....</i>   | <i>8</i>  |
| <i>Список схем.....</i>   | <i>8</i>  |
| <b>Выдержки из исследования.....</b>  | <b>9</b>  |
| <b>Описание смежных рынков.....</b>   | <b>10</b> |
| <i>Рынок квадроциклов.....</i>  | <i>10</i> |
| Характер влияния на изучаемый рынок.....  | 10        |
| Структура рынка квадроциклов.....   | 10        |
| Объем, емкость рынка квадроциклов.....  | 10        |
| Ситуация на рынке квадроциклов.....   | 10        |
| <i>Рынок автомобилей.....</i>   | <i>10</i> |
| <b>Сегментация рынка.....</b>   | <b>12</b> |
| <b>Основные количественные характеристики Рынка.....</b>                            | <b>13</b> |
| <i>Объем и емкость Рынка.....</i>   | <i>13</i> |
| Объем Рынка в денежном выражении.....   | 13        |
| Объем Рынка в денежном выражении.....   | 13        |
| <i>Объемы российского производства.....</i>   | <i>13</i> |
| <i>Краткое описание основных участников Рынка.....</i>                              | <i>14</i> |
| Производители Продукции.....  | 14        |
| Дистрибьюторы продукции.....  | 14        |
| <i>Основные принципы ценообразования.....</i>                                       | <i>14</i> |
| <b>Конкурентный анализ.....</b>   | <b>15</b> |
| <b>Анализ потребителей.....</b>   | <b>16</b> |
| <i>Описание потребителей.....</i>   | <i>16</i> |
| <i>Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов.....</i> | <i>16</i> |



|  |           |
|--|-----------|
| В2С рынок.....   | 16        |
| <i>Структура потребления Продукции или Услуги по видам и брендам</i> |           |
| <i>Продукции или Услуг.....</i>                                      | 16        |
| Статистика продаж новых мотоциклов в россии за 2009 год:.....        | 16        |
| Статистика предложений б/у мотоциклов в россии за 2009 год.....      | 17        |
| <b>Обобщающие выводы по отчету .....</b>                             | <b>18</b> |
| <i>Факторы, влияющие на развитие Рынка.....</i>                      | 18        |
| <i>STEP-анализ рынка .....</i>                                       | 18        |
| <i>Анализ рисков.....</i>  | 19        |
| <i>Влияние кризиса на рынок .....</i>                                | 19        |
| <i>Прогнозы развития рынка.....</i>                                  | 19        |
| <b>Общие выводы по отчету .....</b>                                  | <b>20</b> |



## **АННОТАЦИЯ**

Цель исследования: **анализ текущей ситуации на рынке мототехники в России.**

Задачи исследования:

- Описание макроэкономической ситуации на Рынке
- Выделение основных сегментов Рынка
- Определение основных количественных характеристик Рынка
- Описание структуры Рынка
- Выявление основных игроков на Рынке
- Выявление основных факторов, влияющих на Рынок

**Кол-во страниц:** 67 стр.

**Язык отчета:** русский

**Отчет содержит:** 14 диаграмм, 13 таблиц, 3 схемы



## ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

|   |   |   |           |
|---|---|---|-----------|
| 1 | <b>Содержание</b>                                   |   |           |
| 2 | <b>Введение</b>                                     |   | <b>5</b>  |
| 3 | <b>Методологическая часть</b>                       |   | <b>6</b>  |
|   | 3.1   | <i>Описание типа исследования</i>   | 6         |
|   | 3.2   | <i>Объект исследования</i>  | 6         |
|   | 3.3   | <i>Цели и задачи исследования</i>   | 6         |
|   | 3.4   | <i>География исследования</i>   | 6         |
|   | 3.5   | <i>Время проведения исследования</i>  | 6         |
|   | 3.6   | <i>Методы сбора данных</i>  | 6         |
| 4 | <b>Макроэкономическая конъюнктура</b>               |   | <b>8</b>  |
|   | 4.1   | <i>Общая экономическая ситуация</i>   | 8         |
|   |   | 4.1.1 <i>Динамика валового внутреннего продукта</i>                         | 8         |
|   |   | 4.1.2 <i>Промышленное производство</i>                                      | 9         |
|   |   | 4.1.3 <i>Уровень инфляции</i>   | 11        |
|   |   | 4.1.4 <i>Уровень доходов населения</i>                                      | 11        |
|   |   | 4.1.5 <i>Оборот розничной торговли</i>                                      | 12        |
| 5 | <b>Описание смежных рынков</b>                      |   | <b>14</b> |
|   | 5.1   | <i>Рынок квадроциклов</i>   | 14        |
|   |   | 5.1.1 <i>Характер влияния на изучаемый рынок</i>                            | 14        |
|   |   | 5.1.2 <i>Структура рынка квадроциклов</i>                                   | 14        |
|   |   | 5.1.3 <i>Объем, емкость рынка квадроциклов</i>                              | 15        |
|   |   | 5.1.4 <i>Ситуация на рынке квадроциклов</i>                                 | 17        |
|   | 5.2   | <i>Рынок автомобилей</i>  | 17        |
|   |   | 5.2.1 <i>Тенденции рынка автомобилей</i>                                    | 21        |
| 6 | <b>Сегментация рынка</b>                            |   | <b>23</b> |
|   | 6.1   | <i>Определение продукции</i>  | 23        |
|   | 6.2   | <i>Сегментирование продукции по основным брендам</i>                        | 23        |
|   | 6.3   | <i>Сегментирование Продукции по технологии производства или потребления</i> | 24        |
|   |   | 6.3.1 <i>Классификация мотоциклов:</i>                                      | 24        |
|   | 6.4   | <i>Сегментирование Продукции по видам</i>                                   | 29        |
|   |   | 6.4.1 <i>Классификация мотоциклов по двигателям</i>                         | 29        |
|   | 6.5   | <i>Ценовая сегментация</i>  | 29        |
| 7 | <b>Основные количественные характеристики Рынка</b> |   | <b>31</b> |
|   | 7.1   | <i>Объем и емкость Рынка</i>  | 31        |



|    |                                 |   |  |           |
|----|---------------------------------|---|--|-----------|
|    |                                 | 7.1.1   | Объем Рынка в денежном выражении   | 31        |
|    |                                 | 7.1.2   | Объем Рынка в денежном выражении   | 31        |
|    | 7.2                             | <i>Объемы российского производства</i>  |  | 32        |
|    | 7.3                             | <i>Влияние сезонности на Рынок</i>  |  | 33        |
| 8  | <b>Сбытовая структура рынка</b> |   |  | <b>35</b> |
|    | 8.1                             | <i>Краткое описание основных участников Рынка</i>   |  | 35        |
|    |                                 | 8.1.1   | Производители Продукции  | 35        |
|    |                                 | 8.1.2   | Дистрибьюторы продукции  | 38        |
|    | 8.2                             | <i>Основные принципы ценообразования</i>  |  | 44        |
|    |                                 | 8.2.1   | Защитная экипировка:   | 44        |
| 9  | <b>Конкурентный анализ</b>      |   |  | <b>46</b> |
|    | 9.1                             | <i>Основные конкуренты. Описание профилей крупнейших компаний</i>                         |  | 46        |
|    |                                 | 9.1.1   | Резюме   | 53        |
|    |                                 | 9.1.2   | Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями              | 53        |
| 10 | <b>Анализ потребителей</b>      |   |  | <b>54</b> |
|    | 10.1                            | <i>Описание потребителей</i>  |  | 54        |
|    | 10.2                            | <i>Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов</i>            |  | 54        |
|    |                                 | 10.2.1  | B2C рынок  | 54        |
|    |                                 | 10.2.2  | Предпочтения потребителей по покупке второго транспортного средства из мототехники | 56        |
|    |                                 | 10.2.3  | Предпочтения потребителей по обслуживанию мототехники                              | 57        |
|    |                                 | 10.2.4  | Критерии выбора мотоцикла при покупке  | 58        |
|    |                                 | 10.2.5  | Активность потребления мотоциклов  | 59        |
|    | 10.3                            | <i>Структура потребления Продукции или Услуги по видам и брендам Продукции или Услуги</i> |  | 60        |
|    |                                 | 10.3.1  | Статистика продаж новых мотоциклов в россии за 2009 год:                           | 60        |
|    |                                 | 10.3.2  | Статистика предложений б/у мотоциклов в россии за 2009 год                         | 61        |
|    | 10.4                            | <i>Потребительские предпочтения по: видам, маркам Продукции или Услуги</i>                |  | 61        |
|    | 10.5                            | <i>Медиа-предпочтения потребителей (отношение к источникам</i>                            |  | 62        |



|        |                                    |  |           |
|--------|------------------------------------|--|-----------|
|        |                                    | <i>и формам рекламы Продукции или Услуги)</i>        |           |
|        | 10.6                               | <i>Основные тенденции в потребительском сегменте</i> | 62        |
| 1<br>1 | <b>Обобщающие выводы по отчету</b> |  | <b>63</b> |
|        | 11.1                               | <i>Факторы, влияющие на развитие Рынка</i>           | 63        |
|        | 11.2                               | <i>STEP-анализ рынка</i>                             | 63        |
|        | 11.3                               | <i>Анализ рисков</i>                                 | 64        |
|        | 11.4                               | <i>Влияние кризиса на рынок</i>                      | 65        |
|        | 11.5                               | <i>Прогнозы развития рынка</i>                       | 65        |
| 1<br>2 | <b>Общие выводы по отчету</b>      |  | <b>67</b> |

## **СПИСОК ДИАГРАММ**

Диаграмма 1. Динамика изменения объема ВВП, 2004 – II кв. 2010 гг., млрд. руб.

Диаграмма 2. Динамика изменения индекса промышленного производства, 2008 - 2010 гг., % к соответствующему периоду предыдущего года

Диаграмма 3. Уровень инфляции 2003 – 2010 (прогноз) гг., %

Диаграмма 4. Реальные располагаемые денежные доходы населения в % к соответствующему периоду 2009 года

Диаграмма 5. Оборот розничной торговли в сопоставимых ценах, в % к соответствующему периоду предыдущего года

Диаграмма 6. Динамика производства мотоциклов и мотороллеров, 2006-2009, шт.

Диаграмма 7 Темпы роста производства российских мотоциклов и мотороллеров, 2007-2009, %

Диаграмма 8. Сегментирование потребителей по демографическому признаку, %

Диаграмма 9. Цель покупки мотоцикла, %

Диаграмма 10. Популярность дополнительного транспортного средства, %

Диаграмма 11. Предпочтения потребителей по обслуживанию мототехники, %

Диаграмма 12. Критерии выбора мотоцикла, %

Диаграмма 13. Частота смены мотоцикла, %

Диаграмма 14. Источник информации потребителей мотоциклов, %



## **СПИСОК ТАБЛИЦ**

Таблица 1. Продажи новых легковых и легких коммерческих автомобилей в России в мае 2010 г., шт.

Таблица 2. Продажи автомобилей в России в 2008-2009 гг.

Таблица 3. Розничная продажа мотоциклов и мотороллеров, 2005-2008 гг., тыс. руб.

Таблица 4. Розничная продажа мотоциклов, 2009-1 полугодие 2010 г., тыс. руб.

Таблица 5 Производство мотоциклов и мотороллеров, 2006-2007 гг., шт

Таблица 6 Стоимость мотоциклов в зависимости от класса, \$

Таблица 7. Цены на экипировку, \$

Таблица 8 Цены на запчасти

Таблица 9. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам

Таблица 10. Продажи новых мотоциклов, 2009 г.

Таблица 11. Рейтинг по количеству предложений мотоциклов б\у, 2009 г., шт.

Таблица 12. STEP-анализ российского рынка запчастей импортного производства

Таблица 13. Возможные риски, связанные с Рынком

## **СПИСОК СХЕМ**

Схема 1. Схема продажи мотоциклов 1

Схема 2. Схема продажи мотоциклов 2

Схема 3. Схема продажи мотоциклов 3

## Маркетинговое Агентство Step by Step

г. Москва, ул. Николаямская, дом 29, 3 этаж  
Тел./ Факс (495) 915-39-69, 760-5073, [www.step-by-step.ru](http://www.step-by-step.ru)

STEP BY STEP



### ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ



## **ОПИСАНИЕ СМЕЖНЫХ РЫНКОВ**

В смежных рынках мы рассматриваем рынок квадроциклов и рынок автомобилей. Первый рынок выбран из-за популярности квадроциклов среди мотоциклистов, второй по причине смены мотоциклов на автомобиль во время окончания сезона.

### **РЫНОК КВАДРАЦИКЛОВ**

#### **ХАРАКТЕР ВЛИЯНИЯ НА ИЗУЧАЕМЫЙ РЫНОК**

Сегодня, многие потребители пересаживаются с мотоциклов на квадроциклы. И как следствие доказательством тому является рост рынка квадроциклов....

...

#### **СТРУКТУРА РЫНКА КВАДРОЦИКЛОВ**

Из известных брендов на рынке России представлены Yamaha, Polaris, Honda...

...

#### **ОБЪЕМ, ЕМКОСТЬ РЫНКА КВАДРОЦИКЛОВ**

2009 год показал весьма стабильные продажи квадроциклов без резких взлетов, но и без сильных падений...

...

#### **СИТУАЦИЯ НА РЫНКЕ КВАДРОЦИКЛОВ**

В Санкт-Петербурге доля Honda в данном сегменте пока не значительна, так как официальные дилеры появились в городе сравнительно недавно - в конце 2007 года...

...

### **РЫНОК АВТОМОБИЛЕЙ**

Российский рынок автомобильной промышленности – емкая и динамичная отрасль экономики, пережившая резкий спад в сфере продаж автомобилей в 2009 году, основной причиной которому послужило уменьшение спроса на автомобильные кредиты.

...





## СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА

На Российском рынке мотоциклов можно выделить три сегмента.

Первый сегмент – по основным наименованиям мотоциклов, то есть по брендам производителей. В основу второго вида сегментации входит классификация мотоциклов. Третий сегмент разрабатывался по мощности двигателей мотоциклов...

...



## ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

### ОБЪЕМ И ЕМКОСТЬ РЫНКА

#### ОБЪЕМ РЫНКА В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ

В отличие от автомобильного рынка подробную статистику рынка мотоциклов в России никто не ведет. Отсюда оценки объемов рынка разными экспертами отличаются.

По данным представителей Российской ассоциации мотопроизводителей в России продается в год около ... тыс. мотоциклов, в том числе подержанных иномарок. Можно предположить что реальный объем выше, т.к. в этом объеме не учтен серый импорт.

...

#### ОБЪЕМ РЫНКА В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ

...

**Таблица 2. Розничная продажа мотоциклов, 2009-1 полугодие 2010 гг., тыс. руб.**

|  | 2009 | 2010 |
|--|------|------|
|  |      |      |
|  |      |      |
|  |      |      |
|  |      |      |
|  |      |      |

...

### ОБЪЕМЫ РОССИЙСКОГО ПРОИЗВОДСТВА

В рамках проведенного исследования проводится анализ внутреннего производства мотоциклов в разрезе основных регионов-производителей, предприятий-производителей, также определяется динамика производства.

**Таблица 3 Производство мотоциклов и мотороллеров, 2006-2007 гг., шт**

|  | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 |
|--|------|------|------|------|
|  |      |      |      |      |
|  |      |      |      |      |
|  |      |      |      |      |



|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

...

## **КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ ОСНОВНЫХ УЧАСТНИКОВ РЫНКА**

### **ПРОИЗВОДИТЕЛИ ПРОДУКЦИИ**

...

### **ДИСТРИБЬЮТОРЫ ПРОДУКЦИИ**

...

## **ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ**

Цены на новые мотоциклы в России определяются несколькими параметрами, в первую очередь это класс мотоцикла.

**Таблица 4 Стоимость мотоциклов в зависимости от класса, \$**

| <b>Класс мотоцикла</b> | <b>Описание</b> | <b>Цена</b> |
|------------------------|-----------------|-------------|
|                        |                 |             |
|                        |                 |             |
|                        |                 |             |
|                        |                 |             |
|                        |                 |             |
|                        |                 |             |
|                        |                 |             |
|                        |                 |             |

...



## **КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ**

Среди основных отечественных производителей и иностранных представителей мотоциклов на территории РФ в 2009 году можно выделить:

- Ирбитский мотоциклетный завод;
- ООО "ХАРЛЕЙ-ДЕВИДСОН САНКТ-ПЕТЕРБУРГ";
- Компания «РусМотоИмпорт»;
- Компания ООО «СУЗУКИ МОТОР РУС»
- ООО «Ямаха Мотор Си-Ай-Эс»
- Компания ООО "Фудзи Моторс"
- Компания «Хонда Мотор Ко. Лтд.»

...



## АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

### ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Эксперты называют наиболее частыми потребителями мототехники мужчин, по возрасту начиная с молодежи только что закончившей институт до 55 лет. Склонные к приключенческому туризму, зачастую уже имеющие 1-2 мотоцикла. Согласно статистике в России зарегистрировано ...тысяч мотоциклов, из которых ... тысяч ежегодно проходят техосмотр.

...

### СЕГМЕНТАЦИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ С ОПИСАНИЕМ И КОЛИЧЕСТВЕННОЙ ОЦЕНКОЙ СЕГМЕНТОВ

#### B2C РЫНОК

...

### СТРУКТУРА ПОТРЕБЛЕНИЯ ПРОДУКЦИИ ИЛИ УСЛУГИ ПО ВИДАМ И БРЕНДАМ ПРОДУКЦИИ ИЛИ УСЛУГ

...

#### СТАТИСТИКА ПРОДАЖ НОВЫХ МОТОЦИКЛОВ В РОССИИ ЗА 2009 ГОД:

Таблица 5. Продажи новых мотоциклов, 2009 г.

| Марка мотоцикла | Объем продаж, шт. | Цена, руб. |
|-----------------|-------------------|------------|
|                 |                   |            |
|                 |                   |            |
|                 |                   |            |
|                 |                   |            |
|                 |                   |            |
|                 |                   |            |
|                 |                   |            |
|                 |                   |            |
|                 |                   |            |



**СТАТИСТИКА ПРЕДЛОЖЕНИЙ Б/У МОТОЦИКЛОВ В РОССИИ ЗА 2009 ГОД**

**Таблица 6. Рейтинг по количеству предложений мотоциклов б/у, 2009 г., шт.**

| <b>Место в рейтинге</b> | <b>Марка</b> | <b>Кол-во предложений, шт</b> |
|-------------------------|--------------|-------------------------------|
|                         |              |                               |
|                         |              |                               |
|                         |              |                               |
|                         |              |                               |
|                         |              |                               |
|                         |              |                               |

...



## ОБОБЩАЮЩИЕ ВЫВОДЫ ПО ОТЧЕТУ

### ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАЗВИТИЕ РЫНКА

Среди факторов, влияющих на развитие Рынка мототехники для можно выделить следующие:

...

### STEP-АНАЛИЗ РЫНКА

Для анализа факторов внешней среды, оказывающих влияние на развитие Рынка целесообразно воспользоваться методикой STEP-анализа. STEP – это аббревиатура названия факторов: социальных (**S** - social), технологических (**T** - technological), экономических (**E** - economic), политических (**P** - political). Эта методика анализа помогает сформулировать целостную, системную картину внешнего окружения при поэтапном движении от одного класса факторов к другому.

**Таблица 7. STEP-анализ российского рынка запчастей импортного производства**

| Факторы внешней среды | Степень влияния факторов |
|-----------------------|--------------------------|
|                       |                          |
|                       |                          |
|                       |                          |
|                       |                          |

*Источник: МА Step by Step*



## АНАЛИЗ РИСКОВ

В бизнес-практике рассматривается большая типология рисков: политические, экономические, финансовые, производственно–технические, информационные, маркетинговые. Мы будем говорить в основном о маркетинговых рисках. Маркетинговый риск - это риск убытков вследствие неверной стратегии или тактики на рынке сбыта.

**Таблица 8. Возможные риски, связанные с Рынком**

| Риски | Способы избежать рисков |
|-------|-------------------------|
|       |                         |
|       |                         |
|       |                         |
|       |                         |

*Источник: МА Step by Step*

## **ВЛИЯНИЕ КРИЗИСА НА РЫНОК**

...

## **ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА**

...



## ОБЩИЕ ВЫВОДЫ ПО ОТЧЕТУ

...

По поводу приобретения готовых аналитических отчетов МА Step by Step обращайтесь к менеджерам отдела развития (e-mail: [info@step-by-step.ru](mailto:info@step-by-step.ru)) или по телефонам (495) 760-50-73, 8 (903) 240-00-88