



Маркет  
Аналитика

Демо-версия  
Российский рынок автомобильных шин

---

Москва, август 2012



## **СОДЕРЖАНИЕ**

### **I. ВВЕДЕНИЕ**

### **II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ**

### **III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ШИН**

#### **1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА**

- 1.1. Определение продукции
- 1.2. Показатели социально-экономического развития
- 1.3. Влияющие и смежные рынки
- 1.4. Резюме по разделу

#### **2. СЕГМЕНТАЦИЯ 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. Объем производств
- 3.2. Объем импорта и экспорта
- 3.3. Объем и темпы роста рынка
- 3.4. Резюме по разделу

#### **4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА АВТОМОБИЛЬНЫХ ШИН**

- 4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции
- 4.2. Описание профилей крупнейших игроков Рынка



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

5.4. Резюме по разделу

**6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА**

6.1. Описание потребителей на Рынке

6.2. Потребительские предпочтения 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. STEERPLE-анализ рынка

7.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

**IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ**



## 1. 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.

В 2011г. в России насчитывалось \*\* млн. легковых автомобилей и по итогам года их число увеличилось на \*\*%. Значительную часть автопарка занимает продукция отечественного производства, однако это в первую очередь свидетельствует о том, что автомобили в России достаточно старые.

По данным «АСМ-холдинг»,<sup>1</sup> в 2012г. на долю иномарок, произведенных в РФ, будет приходиться около \*\*% от общего объема производства, хотя еще в 2008г. их доля составляла около \*\*%.

.....

Комплекс работ по замене одного колеса легкового автомобиля, радиусом R13, обойдется покупателю в \*\* руб. По мере увеличения радиуса, цена может увеличиться до \*\* руб., для колес радиусом R21-24.

## 2. Сегментация Рынка

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

---

<sup>1</sup> Источник: «АСМ-холдинг» - «Итоги работы российской автомобильной промышленности в 2011г. и перспективы развития автомобильного рынка при вхождении России в ВТО», 2012г.



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

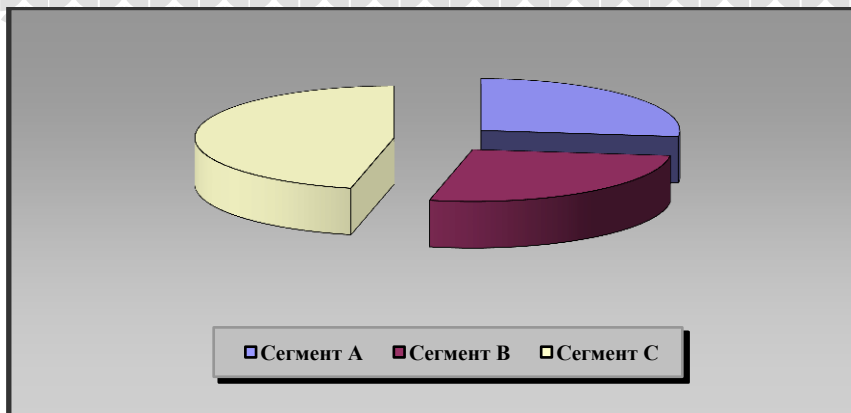
**Диаграмма. Структура Рынка по назначению автомобильных шин в 2011г., % от объема Рынка**

.....

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: ...

### КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

По данным «...», в 2011г. в России было произведено \*\* млн.шт. автомобильных шин и покрышек. По сравнению с 2010г. производство автомобильных шин увеличилось на \*\*%.

.

В I полугодии 2012г.рост российского производства автомобильных шин замедлился, так по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года.....

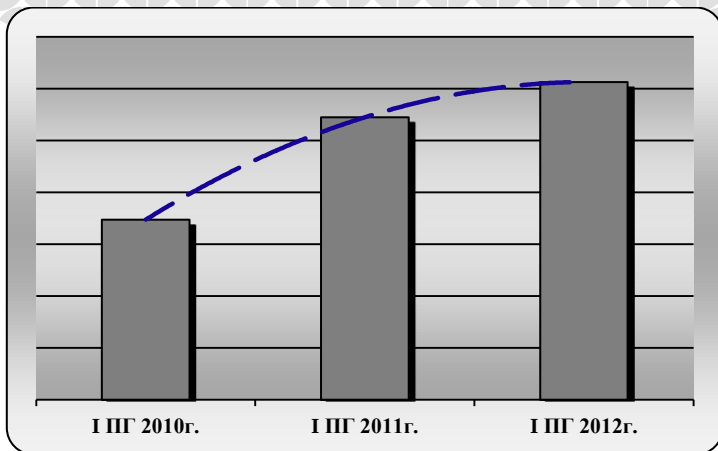
Импорт шин также составил рост на \*\*%.

Экспорт шин из России по итогам 2011 года составил около \*\* млн. штук. По сравнению с 2010г., объем поставок отечественных шин за рубеж увеличился на \*\*%, хотя еще год назад экспорт увеличился на \*\*%.

По оценкам экспертов Рынка, снижение экспортных поставок связано с .....

Таким образом, **объем** российского рынка шин в 2011г. составил – ... млн. шт, что на \*\*% больше, чем в 2010г., тогда показатель объема достиг отметки в \*\* млн. шин.

### Диаграмма 1. Динамика рынка за ИПГ 2010-2012г.г., млн.шин



## 1. КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ

В первом полугодии 2012г. на российском рынке автомобильных шин произошли изменения, так...

На исследуемом Рынке можно выделить 8 игроков. Наиболее крупными из них являются «Нижекамскшина» (\*\*%), Nokian (\*\*%) и «...» (\*\*%).

### NokianTyres

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

#### О компании

Компания имеет два собственных завода в г. Ноккиа (Финляндия) и в г. Всеволожск (Россия, ленинградская область). Контрактное производство в Индонезии, Китае, Словакии, Индии, Испании и США. Ключевыми рынками являются регионы с климатом, близким к Скандинавским странам. Собственные торговые представительства открыты в Финляндии, Швеции, Норвегии, Германии, Швейцарии, России, Украине, Казахстане, Чехии и США. В других странах работают независимые импортеры. На конец 1 квартала 2012г. сеть Vianor насчитывает 932 точки продаж, из которых 753 работают на условиях франчайзинга. В России и СНГ – 498 шинных центров Vianor.



Интересы компании в России представляет ООО «Нокиан Шина». Завод по производству шин в России работает с 2005 года.

В 2011г. президент концерна NokianTyres Ким Гран объявил о строительстве нового завода в России. Новые производственные мощности будут размещены рядом с существующим заводом компании в городе Всеволожск Ленинградской области. Мощность нового производства составит примерно 6 миллионов шин для легковых автомобилей в год. Новый завод будет введен в эксплуатацию в 2012 году, а наращивание производственных мощностей будет происходить в течение 2012-2014г.г.

### **Направления деятельности**

Производство и экспорт, а также розничная продажа шин:

- Легковые шины
- Шины для внедорожников и минивэнов
- Легкогрузовые шины
- Грузовые шины
- Индустриальные шины
- Материалы для восстановления протектора

### **Портфель брендов**

Nokian

### **География деятельности**

Шины, произведенные на заводе NokianTyres во Всеволожске, продаются на территории России, а также идут на экспорт в Скандинавию, страны Центральной и Западной Европы, на Украину и в Казахстан – всего более чем в 38 стран мира.

### **Показатели деятельности**

- Доля компании в российском производстве шин по итогам 2011 года составила 23%.





- В I ПГ 2012г. компания занимает 15% рынка по объему выручки от продаж шин
- К концу 2011г. производительность завода NokianTyres во Всеволожске достигла 11 млн. шин в год.

### Преимущества

- Широкая продуктовая линейка, в том числе работа в различных ценовых сегментах
- Завод во Всеволожске является самым современным шинным заводом в Европе

### Нижнекамскшина

[www.shina-kama.ru](http://www.shina-kama.ru)

### О компании

Предприятие «Нижнекамскшина» было основано в 1971г., а уже в апреле 1973г. выпустило свою первую продукцию. Создавалось предприятие как основной производитель и поставщик шин для гигантов отечественной автомобильной индустрии – «ВАЗа» и «КамАЗа».

ОАО «Нижнекамскшина» входит в состав управляющей компании ООО «Татнефть-Нефтехим», которая в свою очередь, является дочерним предприятием нефтехимического комплекса ОАО «Татнефть».

### Направления деятельности

Производство шин легкового, грузового и сельскохозяйственного транспорта.

### Портфель брендов

Продукция выпускается под брендом «КАМА»

### География деятельности



Маркет  
Аналитика

Россия и страны СНГ

*Контактная информация:*

*Телефон: +7 (495) 720-13-80*

*E-mail: [info@marketanalitika.ru](mailto:info@marketanalitika.ru)*

*[WWW.MARKETANALITIKA.RU](http://WWW.MARKETANALITIKA.RU)*

### Показатели деятельности

- .....

### Преимущества

- .....

## Yokohama

[www.yokohama.ru](http://www.yokohama.ru)

### О компании

«Yokohama» - японская компания, производитель шин. Компания основана в 1917г. Штаб-квартира расположена в Токио. Представительство YokohamaRussia (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 брэнда Yokohama и ADVAN на территории РФ



## Направления деятельности

Производство шин для легковых и грузовых автомобилей, а также коммерческого транспорта

## Портфель брендов

Компания выпускает автомобильные шины под следующими товарными знаками:

- ADVAN
- Geolandar
- A.drive
- C.drive
- S.drive
- W.drive
- AVS dB decibel
- WINTER\*T
- iceGUARD
- Parada

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

| Название компании      | Год основания (выхода на российский рынок) | Направления деятельности | Портфель брендов | География деятельности | Показатели деятельности | Преимущества |
|------------------------|--------------------------------------------|--------------------------|------------------|------------------------|-------------------------|--------------|
| <i>Nokian</i>          |                                            | •                        |                  |                        |                         |              |
| <i>Кордиант</i>        | 2002 год                                   | •                        |                  |                        |                         |              |
| <i>Нижнекамск шина</i> | 1971 год                                   | •                        |                  |                        |                         |              |
| <i>Michelin</i>        | 2004 год                                   |                          |                  |                        |                         |              |
| <i>Yokohama</i>        | 2005 год                                   | •                        |                  |                        |                         |              |

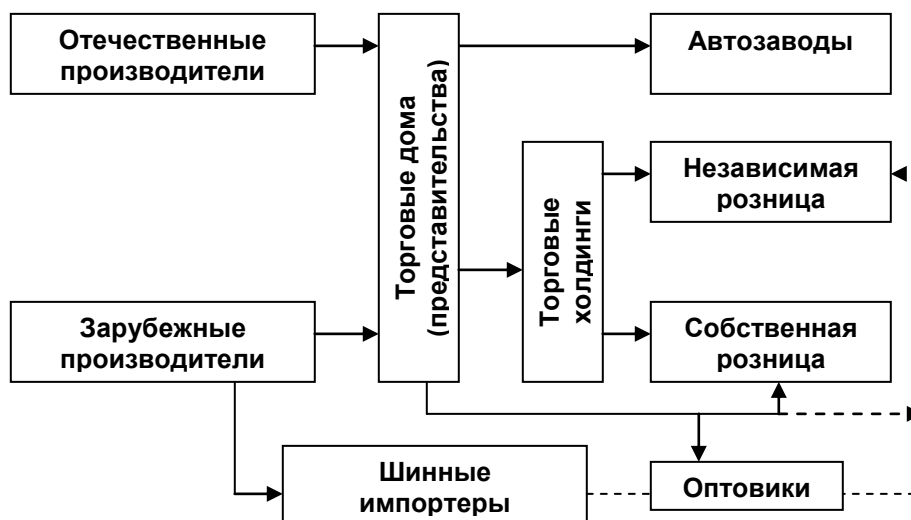


| Название компании       | Год основания (выхода на российский рынок) | Направления деятельности | Портфель брендов | География деятельности | Показатели деятельности | Преимущества |
|-------------------------|--------------------------------------------|--------------------------|------------------|------------------------|-------------------------|--------------|
| Bridgestone Corporation | 1931 год                                   |                          |                  |                        |                         |              |
| Continental             | 1871 год                                   |                          |                  |                        |                         |              |

Источник: «Маркет Аналитика»

## 2. 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:

- .....
- .....

### **3. ОПИСАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ**

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

**Диаграмма 2. Структура населения России по территориальному признаку, на 1 января 2012г., %**



Источник: «ФСГС РФ», 2012г.

Таким образом, получается, что на 1 тыс. жителей России, приходится около ... автомобилей. Несмотря на то, что за последние несколько лет автопарк России значительно вырос, по уровню автомобилизации от других стран. По оценкам экспертов, предел насыщения авторыннка следует ожидать при достижении отметки.....

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

...

**Таблица. Структура населения по величине среднедушевых денежных доходов**

| Уровень доходов, руб. | 2007       | 2008       | 2009       |
|-----------------------|------------|------------|------------|
| до 3500,0             |            |            |            |
| 3500,1-5000,0         |            |            |            |
| 5000,1-7000,0         |            |            |            |
| 7000,1-10000,0        |            |            |            |
| 10000,1-15000,0       |            |            |            |
| 15000,1-25000,0       |            |            |            |
| 25000,1-35000,0       |            |            |            |
| свыше 35000,0         |            |            |            |
| <b>Всего</b>          | <b>100</b> | <b>100</b> | <b>100</b> |

Источник: ...

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



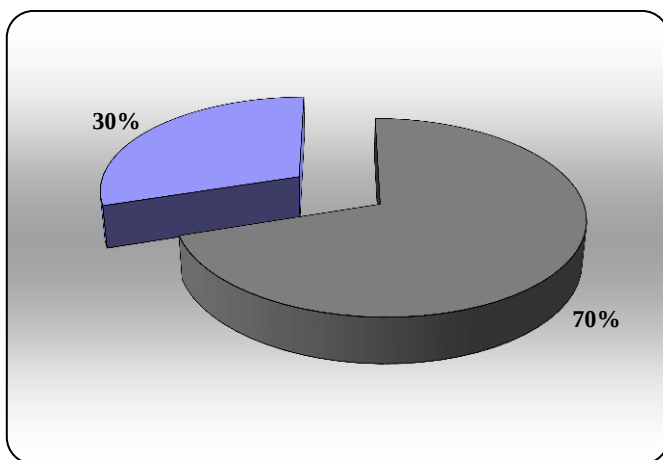
Как отмечалось ранее, услуги шиномонтажа носят сезонный характер, поэтому логично предположить, что покупка автомобильных шин также происходит со сменой сезона. Однако частота покупки шин отличается от частоты обращения в шиномонтажную компанию.

.....

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

.....

#### Диаграмма. Потребительские предпочтения относительно выбора зимних шин, %



Источник: ...

#### 4. STEEPLE-АНАЛИЗ РЫНКА

STEEPL-анализ - маркетинговый инструмент, предназначенный для выявления социальных (Social), технологических (Technological), экономических (Economic), экологических (Ecology), политических (Political) 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.



|          |                                                                                               |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>S</b> | <b>Социальные факторы</b>                                                                     |
|          | <ul style="list-style-type: none"><li>• ... (-)</li><li>• ... (+)</li></ul>                   |
| <b>T</b> | <b>Технологические факторы</b>                                                                |
|          | <ul style="list-style-type: none"><li>• ... (+)</li></ul>                                     |
| <b>E</b> | <b>Экономические факторы</b>                                                                  |
|          | <ul style="list-style-type: none"><li>• ... (+)</li><li>• ... (-)</li></ul>                   |
| <b>E</b> | <b>Факторы окружающей среды</b>                                                               |
|          | <ul style="list-style-type: none"><li>• ... (-)</li><li>• ... (+)</li></ul>                   |
| <b>P</b> | <b>Политические факторы</b>                                                                   |
|          | <ul style="list-style-type: none"><li>• ... (+)</li><li>• ... (+/-)</li></ul>                 |
| <b>L</b> | <b>Правовые факторы</b>                                                                       |
|          | <ul style="list-style-type: none"><li>• ... (-)</li><li>• ... (+)</li><li>• ... (+)</li></ul> |

Источник: «Маркет Аналитика»

## 5. 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





Таблица 1. Стоимость услуг шиномонтажа для легковых автомобилей, руб.

Таблица 2. Стоимость услуг шиномонтажа для внедорожников, руб.

Таблица 3. Стоимость услуг сезонного хранения автомобильных шин, руб.

Таблица 4. Исходные данные для расчета объема российского рынка шин, млн. шин

Таблица 5. Сравнительные характеристики игроков Рынка

Таблица 6. Сравнительная характеристика крупнейших торговых шинных компаний

Таблица 7. Структура населения по величине среднедушевых денежных доходов, %

Диаграмма 3. Динамика ВВП за период 2007-2011 гг., в текущих ценах, млрд. руб.

Диаграмма 4. Прогноз величины ВВП на 2011-2014 гг., %

Диаграмма 5. Индекс потребительских цен, в 2011-2012 гг., % к предыдущему месяцу

Диаграмма 6. Уровень занятости в июне 2012 г., %

Диаграмма 7. Уровень безработицы по федеральным округам в июне 2012 г. (% от численности экономически активного населения)

Диаграмма 8. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, руб.

Диаграмма 9. Оборот розничной торговли в 2006-2011 гг., трлн. руб.

Диаграмма 10. Динамика оборота розничной торговли за период 2011-2012 гг., млрд. руб.

Диаграмма 11. Структура оборота розничной торговли в июне 2012 г., %

Диаграмма 12. Возраст легковых автомобилей в РФ в январе 2011 г., %

Диаграмма 13. Марочная структура российского парка легковых автомобилей на январь 2011 г., % (в натуральном выражении)

Диаграмма 14. Структура автопрома России, 2008-2012 гг., % (в натуральном выражении)

Диаграмма 15. Структура Рынка по назначению автомобильных шин в 2011 г., % от объема Рынка

Диаграмма 16. Ценовая структура Рынка за 2010-2011 гг., % от объема Рынка (в натуральном выражении)

Диаграмма 17. Ценовая структура Рынка за 2010-2011 гг., % от объема Рынка (в денежном выражении)

Диаграмма 18. Динамика производства шин и покрышек в РФ за 2009-2011 гг., млн. шт.

Диаграмма 19. Динамика производства шин и покрышек в РФ в I ПГ 2010-2012 гг., млн. шт.

Диаграмма 20. Структура производства шин в РФ в 2011 г., % (в натуральном выражении)

Диаграмма 21. Динамика импорта шин в РФ за 2008-2011 гг., млн. шт.

Диаграмма 22. Динамика импорта шин в РФ за I ПГ 2010-2012 гг., млн. шт.

Диаграмма 23. Динамика экспорта шин из РФ за 2008-2011 гг., млн. шт.

Диаграмма 24. Динамика экспорта шин в РФ за I ПГ 2010-2012 гг., млн. шт.

Диаграмма 25. Динамика рынка за 2009-2011 гг., млн. шин

Диаграмма 26. Динамика рынка шин за 2010-2011 гг., млрд. руб.

Диаграмма 27. Динамика рынка за I ПГ 2010-2012 гг., млрд. руб.

Диаграмма 28. Динамика рынка за I ПГ 2010-2012 гг., млн. шин

Диаграмма 29. Структура российского рынка автомобильных шин в разрезе ценовых сегментов в I ПГ 2010-2012 гг., млрд. руб.

Диаграмма 30. Доли продаж крупнейших игроков российского рынка автомобильных шин в I ПГ 2012 г., % (в денежном выражении)



**Маркет  
Аналитика**

**Контактная информация:**

**Телефон: +7 (495) 720-13-80**

**E-mail: [info@marketanalitika.ru](mailto:info@marketanalitika.ru)**

**[WWW.MARKETANALITIKA.RU](http://WWW.MARKETANALITIKA.RU)**

Диаграмма 31. Крупнейшие производители автомобильных шин в РФ в 2011г., % (в натуральном выражении)

Диаграмма 32. Структура населения России по территориальному признаку, на 1 января 2012г., %

Диаграмма 33. Наличие автомобиля в семье по состоянию на апрель 2012г., %

Диаграмма 34. Тип автомобиля в семьях, %

Диаграмма 35. Потребительские предпочтения относительно выбора зимних шин, %

Схема 1. Цепочка движения товара на Рынке

*По поводу приобретения готовых маркетинговых исследований компании «Маркет Аналитика» обращайтесь по указанным контактам.*

**Контактная информация:**

**Телефон: +7 (495) 720-13-80**

**E-mail: [info@marketanalitika.ru](mailto:info@marketanalitika.ru)**

**[WWW.MARKETANALITIKA.RU](http://WWW.MARKETANALITIKA.RU)**