

**Аналитический отчет**

**DISCOVERY RESEARCH GROUP**

**Рынок снегоуборочной техники в России в 2009-2013 гг.**



Copyright © Июль 2013 (Москва, Discovery Research Group)

Этот отчет был подготовлен **DISCOVERY** **Research Group** исключительно в целях информации. **DISCOVERY Research Group** не гарантирует точности и полноты всех сведений, содержащихся в отчете, поскольку в некоторых источниках приведенные сведения могли быть случайно или намеренно искажены. Информация, представленная в этом отчете, не должна быть истолкована, прямо или косвенно, как информация, содержащая рекомендации по дальнейшим действиям по ведению бизнеса. Все мнение и оценки, содержащиеся в данном отчете, отражают мнение авторов на день публикации и могут быть изменены без предупреждения.

**DISCOVERY Research Group** не несет ответственности за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в данном отчете, включая опубликованные мнения или заключения, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Информация, представленная в настоящем отчете, получена из открытых источников. Дополнительная информация может быть представлена по запросу.

Этот документ или любая его часть не может распространяться без письменного разрешения **DISCOVERY Research Group** либо тиражироваться любыми способами.

**ВАЖНО!**

**Задачи, поставленные и решаемые в настоящем отчете являются общими и не могут рассматриваться как комплексное исследование рынка того или иного товара или услуги. Для решения специфических задач необходимо проведение Ad hoc исследования, которое в полной мере будет соответствовать потребностям бизнеса.**

Основное направление деятельности **DISCOVERY Research Group** – проведение маркетинговых исследований полного цикла в Москве и регионах России, а также выполнение отдельных видов работ на разных этапах реализации исследовательского проекта.

Также **DISCOVERY Research Group** в интересах Заказчика разрабатывает и реализует PR-кампании, проводит конкурентную разведку с привлечением соответствующих ресурсов.

В конце 2006 г. создана компания **DISCOVERY Leasing Advisory Services**, основной деятельностью которой стало оказание маркетинговых, консалтинговых, информационных и лоббистских услуг лизинговым компаниям в России.

Специалисты агентства обладают обширными знаниями в маркетинге, методологии, методике и технике маркетинговых и социологических исследований, экономике, математической статистике и анализе данных.

Специалисты агентства являются экспертами и авторами статей в известных деловых и специализированных изданиях, среди которых SmartMoney, Бизнес, Ведомости, Волга-Пресс, Желтые Страницы, Издательский Дом «Ансар», Итоги, Коммерсантъ, Компания, Новые Известия, Олма Медиа Групп, Профиль, Рбк-Daily, РДВ-Медиа-Урал, Секрет, Эксперт, Build Report, Строительный бизнес.

Агентство **DISCOVERY Research Group** является партнером РИА «РосБизнесКонсалтинг» и многих других Интернет-площадок по продаже отчетов готовых исследований.

Сотрудники агентства **DISCOVERY Research Group** выполняли проекты для ведущих российских и зарубежных компаний, среди которых:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Автомобили**  Audi  Baw Motor Corporation  Bmw  Hino  Hyundai  Isuzu  Iveco  John Deere  Man  Mercedes Benz  Porsche  Scania  Setra  Skoda  Toyota  Volkswagen  Автомобили и Моторы Урала  Автоцентр Пулково  БелАЗ  Белрусавто  Веха  ГАЗ  Камаз  Северсталь-Авто  Сим-Авто-Плутон  Торговый Дом Уралавто  УАЗ  **Автомобильные масла**  Shell  Роснефть  **Грузоперевозки / Логистика**  Евротранс  Почтовая Экспедиционная Компания  Трейд Лоджистик Компани  Фм Ложистик Восток  **Гостиничный бизнес**  Holiday Inn  Гостиница Москва  Интурист Отель Групп  Русские Отели  **Недвижимость**  Rdi Group  АК Барс Девелопмент  Главстрой  Конти и К  Ренова-Стройгруп  Русская Инвестиционная Группа  Строительная Компания «Люксора»  **Киноиндустрия**  Гемини Энтертейнмент  Инвесткинопроект  Каро Фильм | **Автомобильные шины**  Exxon Mobil  Shell  Роснефть  Bridgestone  Continental  Cordiant  Goodyear  Hankook  Michelin  Nokian  Pirelli  Sumitomo  Yokohama  Алтайский Шинный Комбинат  Белшина  Востокшинторг  Днепрошина  Мво-Столица  Нижнекамскшина  **Строительные и отделочные материалы**  Caparol  Cersanit  Estima  Henkel  Ideal Standard-Vidima  Kleo  Lasselsberger  Rockwool  Saint Gobain Isover  Swisscolor  Tarkett  Terracco  Tikkurila  Trale  Ursa Евразия  Wienrberger  Ангарский Керамический Завод  Армавирский Керамический Завод  Бентонит  Бийский Завод Стеклопластиков  Гранит Кузнечное  Евротизол  Керама Центр  Кератон  Лср  Минвата  Оптимист  Промстройматериалы  Ратм Цемент Холдинг  Русплит  Самарский Стройфарфор  Санитек  Сибирь-Цемент-Сервис  Старатели  Топкинский Цемент  Уфимский Фанерно-Плитный Комбинат  Эмпилс  Юнис  Ярославские краски | **Промышленные рынки**  ABB  Alcoa  Basf  Dupont  Mitsui  Schneider Electric  Siemens  Sojitz Corporation  Xerox  Агромашхолдинг  Альта Виста  Байкальская Лесная Компания  Батис  Волжский Оргсинтез  Воткинский Завод  Газпром  Газпром Нефть  Евроцемент  Завод Бытовой Химии  Завод Сварочного Оборудования Искра  Илим Палп  Интерстекло  Керамир  Кубаньгрузсервис  Лебедянский Гок  Моспромстрой  Рао Еэс России  Роснефть  Русал  Русский Пластик  Салаватстекло  Северсталь  Сибирский Цемент  Содовая Компания  Сургутнефтегаз  Татлесстрой  ТНК-BP  Топкинский цемент  Трансстрой  Уралавтостекло  Уралхим  Уралхимпласт  Элопак  **Мебель**  Ромул  Соло  Фабрика «8 марта»  Феликс  **Сми**  Ведомости  Итоги  Коммерсантъ  Компания  Профиль  Рбк  Секрет фирмы  Эксперт |
| **Аудит и консалтинг**  Bain&Company  Boston Consulting Group  Deloitte&Touche  Ernst&Young  Interbrand  J’Son & Partners Consulting  KPMG  Marshall Capital Partners  Price Waterhouse Coopers  Roland Berger Strategy Consultants  Wolk&Partner  Бдо Юникон  Косалтингстройинвест  Северо-Западный Юридический Центр  Стратегика  Фонд Центр Стратегических Разработок Северо-Запад  Экопси Консалтинг  **Страхование**  Гута-Страхование  Ингосстрах  Наста  Ренессанс Страхование  **IT / Телевидение**  Hewlett Packard  Intel  Microsoft  Sitronics  Арктел  Ассоциация Кабельного Телевидения РФ  Группа Компаний Вид  Дальневосточная Компания Электросвязи  Зебра Телеком  Новосибирский Городской Сайт  Опытный Завод Микрон  Ренова-Медиа  Ростелеком  Сибирьтелеком  Спутниковое Мультимедийное Вещание  Центральный Телеграф  **Бытовая техника**  Bosch  Electrolux  Whirlpool  Атлант | **Банки и финансовые компании**  Deutsche Bank  Raiffeisen  Russia Partners Management Llc.  Абсолютбанк  Ак Барс Банк  Альфа Банк  Банк Москвы  Банк Тураналем  ВТБ  Газпромбанк  Дельтакредит  Евразийский Банк Развития  Еврофинанс Моснарбанк  Запсибкомбанк  ИФД КапиталЪ  Ифк Алемар  Камчатпрофитбанк  Кмб-Банк  Левобережный  Металлинвестбанк  Москоммерцбанк  Пробизнесбанк  Промсвязьбанк  Ренессанс Капитал  Ренова-Финанс  Российский Банк Развития  Русский Стандарт  Русфинанс Банк  Сбербанк  Славпромбанк  Солид Инвест  Тройка Диалог  Финансбанк  Центральный Банк Российской Федерации  **Реклама**  News Outdoor  Video International  Агентство Массовых Коммуникаций АК.М  Арс Комьюникейшнс  Северная Медиа Группа  **Ресторанный бизнес**  Картофельный Папа  Ресторатор  Росинтер Ресторантс  Солнце Мехико | **Розничная торговля**  Domo  Ашан  М Видео  Мир  Перекресток  Эльдорадо  **Продукты питания**  Mars  Pepsi-Cola  Tchibo  Unilever  Айс-Фили  Волгоградские Водки  Вто Эрконпродукт  Лебедянский  Минводыпищепродукт  Минеральные Воды Кавказа  Нижегородский Масло-Жировой Комбинат  Русский Винный Трест  Русский Продукт  Фабрика Мороженого Престиж  **Киноиндустрия**  Гемини Энтертейнмент  Инвесткинопроект  Каро Фильм  СТС-Медиа  **Одежда и Обувь**  Ecco  Savage  Белвест  Глория Джинс  Диском  Обувь России  Три Толстяка  **Парфюмерия и косметика**  Beiersdorf Ag  Procter&Gamble  Splat  Yves Rocher  Л' Этуаль  Невская Косметика  **Образование**  Государственная Публичная Научно-Техническая Библиотека Со Ран  ГУ Высшая Школа Экономики  Новосибирский Государственный Университет |

Содержание

[Содержание 6](#_Toc380062808)

[Список таблиц и диаграмм 9](#_Toc380062809)

[Таблицы: 9](#_Toc380062810)

[Диаграммы: 10](#_Toc380062811)

[Резюме 13](#_Toc380062812)

[1. Технологические характеристики исследования 15](#_Toc380062813)

[Цель исследования 15](#_Toc380062814)

[Задачи исследования 15](#_Toc380062815)

[Объект исследования 15](#_Toc380062816)

[Метод сбора данных 15](#_Toc380062817)

[Метод анализа данных 15](#_Toc380062818)

[Объем и структура выборки 16](#_Toc380062819)

[2. Классификация и основные характеристики 17](#_Toc380062820)

[2.1. Снегоуборочная техника: понятие использования 17](#_Toc380062821)

[2.2. Классификация снегоуборочных машин 17](#_Toc380062822)

[2.3. Потребители снегоуборочной техники 20](#_Toc380062823)

[2.4. Малая снегоуборочная техника 21](#_Toc380062824)

[3. Основные показатели состояния российского рынка 26](#_Toc380062825)

[3.1. Объем и темпы роста рынка снегоуборочной техники в России 26](#_Toc380062826)

[3.2. Факторы развития рынка снегоуборочной техники 28](#_Toc380062827)

[Отрицательные факторы 28](#_Toc380062828)

[Положительные факторы 29](#_Toc380062829)

[3.3. Тенденции рынка снегоуборочной техники 31](#_Toc380062830)

[3.4. Профили крупнейших игроков крупногабаритных машин 32](#_Toc380062831)

[ОАО «Курганмашзавод» 32](#_Toc380062832)

[ОАО «Мценский завод «Коммаш» 33](#_Toc380062833)

[ОАО «Завод Комплексные Дорожные Машины имени М.И. Калинина» 34](#_Toc380062834)

[ЗАО «Смоленский автоагрегатный завод им. В.П. Отрохова АМО ЗИЛ» 36](#_Toc380062835)

[ОАО «Арзамасский завод коммунального машиностроения» 37](#_Toc380062836)

[ОАО «Ряжский авторемонтный завод» 38](#_Toc380062837)

[ООО «ПКФ БЕРЦ» 39](#_Toc380062838)

[ОАО «ТоМеЗ» Тосненский Механический Завод» 39](#_Toc380062839)

[ОАО «Машиностроительный завод им. М.И. Калинина» 40](#_Toc380062840)

[3.5. Профили крупнейших игроков в сегменте малогабаритных машин 42](#_Toc380062841)

[PATRIOT GARDEN 45](#_Toc380062842)

[MTD 48](#_Toc380062843)

[HUSQVARNA 53](#_Toc380062844)

[HUTER 57](#_Toc380062845)

[PRORAB 59](#_Toc380062846)

[HONDA 61](#_Toc380062847)

[MASTERYARD 64](#_Toc380062848)

[CRAFTSMAN 65](#_Toc380062849)

[GGP (Global Garden Products) 67](#_Toc380062850)

[MAC ALLISTER 71](#_Toc380062851)

[HYUNDAI 72](#_Toc380062852)

[КАЛИБР 74](#_Toc380062853)

[4. Производство в России 77](#_Toc380062854)

[4.1. Объем и темпы прироста производства снегоуборочной техники в России 77](#_Toc380062855)

[Производство снегоочистителей роторных и плужных 77](#_Toc380062856)

[Производство машин для зимней очистки городов 78](#_Toc380062857)

[Производство машин для очистки путей от снега, мусора и растительности 80](#_Toc380062858)

[4.2. Основные производители снегоуборочной техники в России 80](#_Toc380062859)

[Производители малогабаритных машин 81](#_Toc380062860)

[5. Импортно-экспортные операции на российском рынке 85](#_Toc380062861)

[5.1. Импорт снегоуборочной техники 85](#_Toc380062862)

[Импорт крупногабаритных машин 87](#_Toc380062863)

[Импорт малогабаритных машин 92](#_Toc380062864)

[Импорт навесного снегоуборочного оборудования 100](#_Toc380062865)

[5.2. Экспорт снегоуборочной техники 109](#_Toc380062866)

[Экспорт крупногабаритных машин 111](#_Toc380062867)

[Экспорт малогабаритных машин 111](#_Toc380062868)

[Экспорт навесного оборудования 111](#_Toc380062869)

[6. Ценовая ситуация на рынке 114](#_Toc380062870)

[7. Прогноз развития рынка 116](#_Toc380062871)

[Приложение 1. Рынок утилизации снега 119](#_Toc380062872)

[Приложение 2. Российский рынок тракторов 123](#_Toc380062873)

[Приложение 3. Характеристики российских производителей 124](#_Toc380062874)

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 35 таблиц и 49 диаграмм.

Таблицы:

[Таблица 1. Объём производства дорожной техники ОАО «Кургандормаш» в 2010-2013 гг., шт. и тыс. руб. 33](#_Toc380061343)

[Таблица 2. Объём производства автомобилей ОАО «АМО ЗИЛ» в 2010-2012 гг., шт. и млн. руб. 36](#_Toc380061344)

[Таблица 3. Объем поставок малогабаритных машин ТМ Patriot Garden в Россию в 2009-2013гг., шт. и $ тыс. 46](#_Toc380061345)

[Таблица 4. Объем и темпы прироста поставок малогабаритных машин ТМ Patriot Garden в Россию в 2009-2013гг., шт. 47](#_Toc380061346)

[Таблица 5. Характеристики торговых марок MTD 50](#_Toc380061347)

[Таблица 6. Объем поставок малогабаритных машин MTD в Россию в 2009-2013гг. по торговым маркам, шт. и $ тыс. 50](#_Toc380061348)

[Таблица 7. Объем поставок малогабаритных машин Husqvarna AB в Россию в 2009-2013гг. по торговым маркам, шт. и $ тыс. 55](#_Toc380061349)

[Таблица 8. Объем поставок малогабаритных машин ТМ Huter в Россию в 2009-2013гг., шт. и $ тыс. 57](#_Toc380061350)

[Таблица 9. Объем поставок малогабаритных машин Prorab в Россию в 2009-2013гг., шт. и $ тыс. 60](#_Toc380061351)

[Таблица 10. Объем поставок малогабаритных машин Honda в Россию в 2009-2013гг., шт. и $ тыс. 62](#_Toc380061352)

[Таблица 11. Объем поставок малогабаритных машин MasterYard в Россию в 2011-2013гг., шт. и $ тыс. 64](#_Toc380061353)

[Таблица 12. Объем поставок малогабаритных машин Craftsman в Россию в 2009-2013гг., шт. и $ тыс. 66](#_Toc380061354)

[Таблица 13. Характеристики брендов GGP 68](#_Toc380061355)

[Таблица 14. Объем поставок малогабаритных машин и навесного оборудования GGP (ТМ Stiga) в Россию в 2009-2013гг., шт. и $ тыс. 70](#_Toc380061356)

[Таблица 15. Объем поставок малогабаритных машин MacAllister в Россию в 2011-2013гг., шт. и $ тыс. 71](#_Toc380061357)

[Таблица 16. Объем поставок малогабаритных машин HYUNDAI в Россию в 2009-2013гг., шт. и $ тыс. 73](#_Toc380061358)

[Таблица 17. Объем поставок малогабаритных машин «Калибр» в Россию в 2009-2013гг., шт. и $ тыс. 75](#_Toc380061359)

[Таблица 18. Объем поставок и экспорта ООО «Академия Инструмента» (ТМ Целина) в 2009-2013гг., шт. и $ тыс. 83](#_Toc380061360)

[Таблица 19. Импорт снегоуборочной техники в Россию в 2009-2013гг. по товарным группам, тыс. шт. и $ тыс. 85](#_Toc380061361)

[Таблица 20. Импорт снегоуборочной техники в Россию по стране происхождения в 2012-2013гг., тыс. шт. и $ тыс. 87](#_Toc380061362)

[Таблица 21. Импорт крупногабаритных снегоуборочных машин в Россию в 2009-2013гг., в шт. и $ тыс. 88](#_Toc380061363)

[Таблица 22. Импорт крупногабаритных снегоуборочных машин в Россию по стране происхождения в 2009-2013гг., шт. и $ тыс. 88](#_Toc380061364)

[Таблица 23. Импорт малогабаритных снегоуборочных машин в Россию в 2009-2013гг., тыс. шт. и $ млн. 92](#_Toc380061365)

[Таблица 24. Импорт малогабаритных снегоуборочных машин в Россию по стране происхождения в 2009-2013гг., тыс. шт. и $ млн. 93](#_Toc380061366)

[Таблица 25. Импорт малогабаритных снегоуборочных машин в Россию в 2011-2013гг. по торговым маркам, тыс. шт. и $ млн. 94](#_Toc380061367)

[Таблица 26. Импорт малогабаритных снегоуборочных машин в Россию в 2011-2013гг. по производителям, тыс. шт. и $ млн. 97](#_Toc380061368)

[Таблица 27. Импорт навесного снегоуборочного оборудования в Россию в 2009-2013гг., тыс. шт. и $ млн. 100](#_Toc380061369)

[Таблица 28. Импорт навесного снегоуборочного оборудования в Россию по стране происхождения в 2009-2013гг., тыс. шт. и $ млн. 101](#_Toc380061370)

[Таблица 29. Импорт навесного снегоуборочного оборудования в Россию в 2011-2013гг. по торговым маркам, шт. и $ тыс. 102](#_Toc380061371)

[Таблица 30. Импорт навесного снегоуборочного оборудования в Россию в 2011-2013гг. по производителям, тыс. шт. и $ млн. 105](#_Toc380061372)

[Таблица 31. Экспорт снегоуборочной техники из России в 2009-213гг., шт. и $ тыс. 109](#_Toc380061373)

[Таблица 33. Основные отечественные производители снегоплавильных установок (снеготаялок) 121](#_Toc380061374)

[Таблица 34. Ожидаемые результаты реализации государственной программы по развитию сельскохозяйственной отрасли в 2013-2020 гг., тыс. шт. 123](#_Toc380061375)

[Таблица 35. Основные производители снегоуборочной техники в России: краткая характеристика 124](#_Toc380061376)

Диаграммы:

[Диаграмма 1. Объём и темп прироста рынка снегоуборочной техники в натуральном выражении в 2009-2013 гг., тыс. шт. и % 26](#_Toc380061377)

[Диаграмма 2. Структура рынка снегоуборочной техники в России по товарным категориям в 2013 г., в % 27](#_Toc380061378)

[Диаграмма 3. Объём и темп прироста производства техники ОАО «Завод КДМ им. М.И. Калинина» в 2010-2012 гг., шт. и % 35](#_Toc380061379)

[Диаграмма 4. Объём и темп прироста производства ОАО «ТоМеЗ» Тосненский Механический Завод в 2010-2012 гг., тыс. руб. и % 40](#_Toc380061380)

[Диаграмма 5. Объём и темп прироста производства ОАО «Машиностроительный завод им. М.И. Калинина» в 2010-2011 гг., млн. руб. и % 41](#_Toc380061381)

[Диаграмма 6. Ведущие компании на российском рынке малогабаритных снегоуборочных машин в 2013г., в % от натурального объема 44](#_Toc380061382)

[Диаграмма 7. Ведущие компании на российском рынке малогабаритных снегоуборочных машин в 2013г., в % от стоимостного объема 44](#_Toc380061383)

[Диаграмма 8. Объем и темпы прироста поставок малогабаритных машин MTD в Россию в 2009-2013гг., шт. 51](#_Toc380061384)

[Диаграмма 9. Структура поставок малогабаритных машин Husqvarna AB по торговым маркам в Россию в 2013г. 51](#_Toc380061385)

[Диаграмма 10. Объем и темпы прироста поставок малогабаритных машин Husqvarna AB в Россию в 2009-2013гг., шт. 55](#_Toc380061386)

[Диаграмма 11. Структура поставок малогабаритных машин Husqvarna AB по торговым маркам в Россию в 2013г. 56](#_Toc380061387)

[Диаграмма 12. Объем и темпы прироста поставок малогабаритных машин ТМ Huter в Россию в 2011-2013гг., шт. 58](#_Toc380061388)

[Диаграмма 13. Объем и темпы прироста поставок малогабаритных машин Prorab в Россию в 2010-2013гг., шт. 60](#_Toc380061389)

[Диаграмма 14. Объем и темпы прироста поставок малогабаритных машин Honda в Россию в 2009-2013гг., шт. 63](#_Toc380061390)

[Диаграмма 15. Объем и темпы прироста поставок малогабаритных машин MasterYard в Россию в 2011-2013гг., шт. 65](#_Toc380061391)

[Диаграмма 16. Объем и темпы прироста поставок малогабаритных машин Craftsman в Россию в 2009-2013гг., шт. 66](#_Toc380061392)

[Диаграмма 17. Объем и темпы прироста поставок малогабаритных снегоуборочных машин GGP (ТМ Stiga) в Россию в 2009-2013гг., шт. и % 70](#_Toc380061393)

[Диаграмма 18. Объем и темпы прироста поставок малогабаритных снегоуборочных машин MacAllister в Россию в 2011-2013гг., шт. и % 72](#_Toc380061394)

[Диаграмма 19. Объем и темпы прироста поставок малогабаритных снегоуборочных машин HYUNDAI в Россию в 2011-2013гг., шт. и % 74](#_Toc380061395)

[Диаграмма 20. Объем и темпы прироста поставок малогабаритных снегоуборочных машин «Калибр» в Россию в 2009-2013гг., шт. и % 75](#_Toc380061396)

[Диаграмма 21. Производство снегоочистителей роторных и плужных в России в 2012г., шт. 78](#_Toc380061397)

[Диаграмма 22. Объем и темпы прироста производства машин для зимней очистки городов в России в 2009 - 2013 гг., шт. и % 78](#_Toc380061398)

[Диаграмма 23. Производство машин для зимней очистки городов в России по кварталам в 2012 - 2013 гг., шт. 79](#_Toc380061399)

[Диаграмма 24. Структура производства машин для зимней очистки городов в России по федеральным округам в 2013г., % 80](#_Toc380061400)

[Диаграмма 25. Структура импорта снегоуборочной техники в Россию по товарным категориям в 2013г., в % 86](#_Toc380061401)

[Диаграмма 26. Структура импорта снегоуборочной техники в Россию по стране происхождения, в % 87](#_Toc380061402)

[Диаграмма 27. Структура импорта крупногабаритных снегоуборочных машин в Россию по стране происхождения в 2013гг., % 89](#_Toc380061403)

[Диаграмма 28. Структура импорта крупногабаритных снегоуборочных машин в Россию по торговым маркам в 2013г., в % от натурального объема 90](#_Toc380061404)

[Диаграмма 29. Структура импорта крупногабаритных снегоуборочных машин в Россию по торговым маркам в 2013г., в % от стоимостного объема 90](#_Toc380061405)

[Диаграмма 30. Структура импорта крупногабаритных снегоуборочных машин в Россию по региону получения в 2013г., в % 91](#_Toc380061406)

[Диаграмма 31. Структура импорта малогабаритных снегоуборочных машин в Россию по стране происхождения в 2013гг., % 93](#_Toc380061407)

[Диаграмма 32. Структура импорта малогабаритных снегоуборочных машин в Россию по торговым маркам в 2013г., в % от натурального объема 95](#_Toc380061408)

[Диаграмма 33. Структура импорта малогабаритных снегоуборочных машин в Россию по торговым маркам в 2013г., в % от стоимостного объема 96](#_Toc380061409)

[Диаграмма 34. Структура импорта малогабаритных снегоуборочных машин в Россию по производителям в 2013г., в % от натурального объема 98](#_Toc380061410)

[Диаграмма 35. Структура импорта малогабаритных снегоуборочных машин в Россию по производителям в 2013г., в % от стоимостного объема 99](#_Toc380061411)

[Диаграмма 36. Структура импорта малогабаритных снегоуборочных машин в Россию по региону получения в 2013г., в % 99](#_Toc380061412)

[Диаграмма 37. Структура импорта навесного снегоуборочного оборудования в Россию по стране происхождения в 2013гг., % 102](#_Toc380061413)

[Диаграмма 38. Структура импорта навесного снегоуборочного оборудования в Россию по торговым маркам в 2013г., в % от натурального объема 103](#_Toc380061414)

[Диаграмма 39. Структура импорта навесного снегоуборочного оборудования в Россию по торговым маркам в 2013г., в % от стоимостного объема 104](#_Toc380061415)

[Диаграмма 40. Структура импорта навесного снегоуборочного оборудования в Россию по производителям в 2013г., в % от натурального объема 106](#_Toc380061416)

[Диаграмма 41. Структура импорта навесного снегоуборочного оборудования в Россию по производителям в 2013г., в % от стоимостного объема 107](#_Toc380061417)

[Диаграмма 42. Структура импорта навесного снегоуборочного оборудования в Россию по региону получения в 2013г., в % 108](#_Toc380061418)

[Диаграмма 43. Структура экспорта снегоуборочной техники из России по стране направления в 2013гг., % от натурального объема 110](#_Toc380061419)

[Диаграмма 44. Структура экспорта снегоуборочной техники из России по стране направления в 2013гг., % от стоимостного объема 110](#_Toc380061420)

[Диаграмма 45. Структура экспорта навесного снегоуборочного оборудования из России по стране направления в 2013гг., % от натурального объема 112](#_Toc380061421)

[Диаграмма 46. Структура экспорта навесного снегоуборочного оборудования из России по стране направления в 2013гг., % от стоимостного объема 112](#_Toc380061422)

[Диаграмма 47. Структура экспорта навесного снегоуборочного оборудования из России по торговым маркам в 2013гг., % от натурального объема 113](#_Toc380061423)

[Диаграмма 48. Структура экспорта навесного снегоуборочного оборудования из России по торговым маркам в 2013гг., % от стоимостного объема 113](#_Toc380061424)

[Диаграмма 49. Цены производителей и индексы цен производителей на машины для городского коммунального хозяйства в 2009-2013 гг., тыс. руб. и % к концу предыдущего года 114](#_Toc380061425)

Резюме

В феврале 2014 года маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование российского рынка снегоуборочной техники.

Расчеты DISCOVERY Research Group показали, что объем рынка снегоуборочной техники в 2013 году составил 160 тыс. машин и навесного оборудования для них. В среднем рынок растет на 15% в год.

В сегменте тяжелой техники преобладает техника отечественных производителей, в сегменте малогабаритной - зарубежных.

Всего в 2013 году было произведено более 2 тыс. машин для зимней уборки дорог, что на 3% меньше количества произведенных машин годом ранее. Подавляющий объем производства приходится на Центральный федеральный округ (71%). Импорт крупногабаритных машин в Россию незначителен – около 80 штук.

Импорт малогабаритной снегоуборочной техники в Россию ежегодно увеличивается, можно ожидать, что в ближайшие годы темпы прироста сократятся. В 2013 году было поставлено более 150 тыс. машин. Рынок малых машин для уборки снега в основном составляет продукция китайского и американского производства.

Импорт навесного оборудования для снегоуборочных машин также растет стремительными темпами. В 2013 году в Россию было поставлено 7,1 тыс. отвалов. Больше всего в Россию ввозится продукции, произведённой в Китае и США. Основные торговые марки снеговых отвалов, импортируемые в Россию в 2013 году – CRAFTSMAN и FORZA.

Экспорт снегоуборочной техники из России незначителен, в основном это разовые поставки какого-то оборудования по спецзаказу. Всего в 2013 году из России было вывезено 133 единицы различной снегоуборочной техники.

Основные игроки на рынке крупногабаритных снегоуборочных машин в России: «Курганмашзавод» (Курганская область), «Мценский завод «Коммаш» (Орловская область), «Завод Комплексные Дорожные Машины имени М.И. Калинина» (Смоленская область), «Смоленский автоагрегатный завод» (Смоленская область), «Машиностроительный завод им. М.И. Калинина» (Свердловская область), **«Арзамасский завод коммунального машиностроения» (Нижегородская область).**

Производством малогабаритных снегоуборочных машин в России занимается только одна компания – «Мобил и К». Совместное российско-китайское производство налажено в компании «Академия инструмента» (ТМ «Целина»). По оценке DISCOVERY Research Group в 2013 году ведущими марками на рынке малогабаритных снегоуборочных машин являлись: PATRIOT GARDEN, MTD, HUSQVARNA, HUTER.

Можно ожидать дальнейшее развитие рынка снегоуборочной техники, основные драйверы роста рынка – замена устаревшего оборудования для уборки дорог, расширение спроса на многофункциональные машины, повышение интереса к навесному оборудованию. В сегменте малогабаритных снегоуборочных машин рынок также будет расширяться, однако темпы прироста замедляться.

1. Технологические характеристики исследования

Цель исследования

Описать текущее состояние и перспективы развития рынка снегоуборочной техники в России.

Задачи исследования

1. Дать описание основных характеристик и имеющихся классификаций снегоуборочной техники
2. Определить объем и темпы роста российского рынка снегоуборочных машин в 2009-2013 гг.
3. Определить объем и темпы роста производства снегоуборочных машин в России в 2009-2013 гг.
4. Проанализировать внешнеторговые операции на рынке снегоуборочной техники в России в 2009-2013гг.: импорт и экспорт по товарным группам, производителям, стране происхождения/назначения
5. Определить соотношение импортной и отечественной продукции на рынке снегоуборочных машин в России.
6. Выявить факторы, влияющие на развитие рынка снегоуборочной техники в России.
7. Описать основные события, ключевые тенденции и перспективы развития рынка снегоуборочной техники в России.
8. Проанализировать средние цены производителей на машины для уборки дорог в России в 2009-2013 гг.
9. Выявить и описать профили ключевых игроков рынка машин для уборки дорог в России.
10. Выявить и проанализировать рынки, смежные для рынка снегоуборочной техники.

Объект исследования

Рынок снегоуборочной техники в России.

Метод сбора данных

Мониторинг материалов печатных и электронных деловых и специализированных изданий, аналитических обзоров рынка; Интернет; материалов маркетинговых и консалтинговых компаний; результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Метод анализа данных

1. Базы данных ФТС РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
3. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
4. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
5. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
6. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
7. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Объем и структура выборки

Процедура контент-анализа документов не предполагает расчета объема выборочной совокупности. Обработке и анализу подлежат все доступные исследователю документы.

2. Классификация и основные характеристики

2.1. Снегоуборочная техника: понятие использования

Снегоуборочная техника – это специализированное оборудование для очистки дорог от последствий снегопада. В его функционал чаще всего входит не только уборка свежевыпавшего, но и слежавшегося снега. В настоящее время подобная техника всё чаще и чаще применяется при уборке даже небольших территорий – приусадебных участков, тротуаров, парковок и пешеходных зон возле бизнес-центров и т.п. (исключение составляют дворы и прочие труднодоступные для техники участки, которые чаще всего убираются вручную).

Необходимость в снегоуборочной технике обусловлена, прежде всего, климатическими условиями. Борьба со снегом на дорогах проходит в несколько этапов:

1. ……………………………………………

2. ……………………………………………

В автопарке коммунальных служб находятся: ……………………………………………. Особенностью такой техники является тот факт, что ……………………………………………

2.2. Классификация снегоуборочных машин

Снегоуборочные машины можно классифицировать по разным основаниям. Рассмотрим наиболее распространенные их характеристики:

**1. По устройству снегоуборочного механизма:**

* Машины
* Навесное оборудование

Под машиной мы понимаем устройство, имеющее только 1 функцию. Под навесным оборудованием – сменный механизм, который при желании можно демонтировать. Навеска оборудования осуществляется ……………………………………………

Его популярность обусловлена тем фактом, что ……………………………………………. Навесное оборудование стоит ……………………………………………, чем отдельные машины, является ……………………………………………. Простота ……………………………………………

К навесному оборудованию относятся отвалы, щетки, снегоочистители.

Отвал (плуг) – ……………………………………………. Отвал предназначен для разработки грунтов и снегоуборочных работ – он ……………………………………………. На отвал могут быть установлены разные типы ……………………………………………: металлический – ……………………………………………, резиновый – ……………………………………………. Конструкция отвала может быть ……………………………………………. Первая – ……………………………………………. Также существуют …………………………………………… отвалы, предназначенные специально для уборки снега …………………………………………….

Для выполнения погрузочных работ отвал, монтируемый на трактор, заменяется ……………………………………………. Грузовые автомобили, укомплектованные снежными отвалами, позволяют …………………………………………….

Щеточное оборудование включает в себя ……………………………………………. Основное назначение – …………………………………………….

Для уборки слежавшегося снега применяются …………………………………………… снегоочистители, представляющие собой ……………………………………………. Их …………………………………………… измельчает плотно свалявшийся снег на куски.

Чаще всего для нужд коммунальных служб тракторы комплектуются ……………………………………………

**2. По способности передвижения:**

* Самоходные
* Несамоходные

Несамоходные машины приводятся в движение человеком, предназначены для очистки небольших пространств. В сравнении с самоходными устройствами они более ……………………………………………. Несамоходные снегоуборщики имеют ……………………………………………

Самоходные машины более …………………………………………….

**3. По движущему элементу:**

* Колесные
* Гусеничные

Колесные снегоуборочные машины являются более ……………………………………………. Также за счет …………………………………………… гусеничный снегоуборщик более ……………………………………………. Колесные модели часто применяются в ……………………………………………

**4. По виду используемой энергии:**

* Бензиновые
* Электрические

Все самоходные машины оснащены бензиновым двигателем. Электрические снегоуборщики предназначены для уборки ……………………………………………. В сравнении с бензиновыми аналогами они …………………………………………….

**5. По конструкции снегоуборочной системы (системы выброса снега):**

* Шнекороторные
* Фрезерно-роторные

При движении машины ……………………………………………. Затем в случае выброса на обочину снег подается на …………………………………………… Шнекороторное оборудование на автошасси обычно используется для …………………………………………… Роторный механизм способен отбрасывать снег на …………………………………………… м, благодаря чему ……………………………………………

Во время работы торцевые фрезы срезают слежавшийся снег, а лопасти ротора либо откидывают снег в стороны, либо подают на выбросной патрубок. Фрезерный механизм отличается ……………………………………………

Помимо вышеприведенной классификации снегоуборочная техника различается также по дальности выброса снега, а также по высоте захвата и ширине очистки.

2.3. Потребители снегоуборочной техники

Основных потребителей снегоуборочной техники можно разделить на следующие категории:

* управляющие компании ЖКХ, компании ДРСУ и компании, специализирующиеся на уборке территории (коммунальная техника, предназначенная для уборки снега на дорогах и в общественных местах);
* домохозяйства (преимущественно малогабаритная техника для очистки приусадебной территории);
* аэропорты (специализированная техника для очистки взлетно-посадочных полос от обледенения).

Согласно опросам, зачастую коммунальные службы предпочитают использовать ……………………………………………. Причин этому несколько. Во-первых, ……………………………………………. Во-вторых, ……………………………………………. Обеспечить многофункциональность техники позволяет использование ……………………………………………. Еще одним преимуществом …………………………………………… является тот факт, что …………………………………………….

2.4. Малая снегоуборочная техника

Основной принцип работы **малой снегоуборочной техники**: мотор приводит в действие шнекороторный механизм, который в свою очередь набирает основную снежную массу в жерло машину, где расположена крыльчатка. При вращении крыльчатка производит выброс снега, через короб на определенное расстояние, в пределах 15 метров, в зависимости от мощности двигателя. Этот механизм приводится в действие **двигателем**, который может быть:

* Бензиновым;
* Электрическим.

Снегоуборочная техника, оснащенная электрическими двигателями является ……………………………………………. Малая снегоуборочная техника с такими моторами имеет ряд недостатков. ……………………………………………, и имеет свойство ……………………………………………. Но имеется один плюс: ……………………………………………

Снегоуборочная техника с бензиновыми двигателями более ……………………………………………. Мощность двигателей достигает … л. с. Производимая мощность мотора непосредственно связана с ……………………………………………. Например, снегоуборщик, обладающий …………………………………………… Агрегат с …………………………………………….

«Бензиновые снегоуборщики ……………………………………………», — сравнивает Александр Шпетный. Начальник отдела продаж ООО «ЭлектроСтрой» Мария Цыбизова добавляет, что бензиновые снегоуборщики отличаются ……………………………………………

«Наибольшим спросом пользуются ……………………………………………. Поскольку в нашем регионе ……………………………………………», — объясняет она. …………………………………………… технику эксплуатировать сложнее, так как ……………………………………………

**Бензиновые двигатели** в снегоуборочной технике подразделяются на два типа:

* Четырехтактные;
* Двухтактные.

Двухтактные моторы эксплуатируются на ……………………………………………в. Если температура воздуха ……………………………………………. Износ двигателя …………………………………………… В первую очередь из строя быстро выходят …………………………………………….

Двигатели с четырехтактной системой эксплуатируются на ……………………………………………. Ресурс работы таких моторов (притом, что мощность двигателя ……………………………………………) гораздо …………………………………………… Объём топливного бака в среднем рассчитывается на эксплуатацию машины в пределах ……………………………………………

В зависимости **от модели снегоуборщики** подразделяются на:

* Самоходные машины
* Несамоходные машины

Несамоходные снегоуборщики весят не более … кг. Мощность двигателя составляет максимум … л.с. Ширина захвата до … см. Высота захвата до … см. В дополнительные функции входит …………………………………………… Дальность выброса снежной массы достигает … метров и зависит от ……………………………………………

**Самоходные снегоуборщики** подразделяются на два вида:

* Колесные модели
* Гусеничные модели

Каждый вид по-своему удобен в работе.

Снегоуборочная колесная техника отличается ……………………………………………. Но при этом машины, комплектующиеся большим диаметром колес, ……………………………………………

Гусеничные снегоуборщики хорошо справляются с ……………………………………………, поэтому выбор снегоуборщика зависит от прямых потребностей и мест эксплуатации. Гусеничные снегоуборщики обладают специальной системой, которая способна ……………………………………………. Нагрузка на оператора ……………………………………………, снежный покров благодаря такой функции убирается ……………………………………………

Самоходные снегоуборщики в выгодную сторону отличаются от несамоходных следующими параметрами: …………………………………………… Так же самоходные снегоуборщики справляются с ……………………………………………

Модели, обладающие мощностью двигателя больше … л.с., комплектуются …………………………………………….

«Однако в последнее время люди все больше внимания стали уделять снегоуборщикам на …………………………………………… ходу вследствие ……………………………………………. Снегоуборщик на …………………………………………… ходу одинаково отлично может работать как ……………………………………………, так ……………………………………………», — объясняет Максим Шайдт, руководитель отдела силовой техники ООО «АвтоРальф» (дилер Honda).

Также в отдельный сегмент можно выделить …………………………………………… **снегоуборщики**, которые осуществляют работу при помощи ……………………………………………. Минусом …………………………………………….

Производители могут похвастаться также и изобретением ……………………………………………. Но данный вид снегоуборщиков способен ……………………………………………. …………………………………………… механизм обладает рядом недостатков, в связи с этим схема постоянно модернизируется и дополняется новшествами.

В целом не смотря на некоторые недостатки …………………………………………… снегоуборщики пользуются большой популярностью во многих регионах России.

При выборе снегоуборщика стоит обратить внимание на то, ……………………………………………. «Если это огромная территория с залежавшимся снегом, то подойдет ……………………………………………. …………………………………………… снегоуборщик пригодится для очистки маленькой тропинки или лужайки от только что выпавшего снега. Если территория небольшая, то можно приобрести и …………………………………………… снегоуборщик на …………………………………………… или …………………………………………… ходу ……………………………………………», — советует Мария Цыбизова.

Исходя из частоты уборки и размера территории выбирается мощность и ширина (размер шнека) агрегата. «Если вы будете убирать участок каждый день, то можно приобрести снегоуборщик …………………………………………… Если вы посещаете свой дом раз в месяц, то выбирайте снегоуборщик ……………………………………………», — говорит Андрей Корешков.

Наличие электростартера актуально для тех, кто планирует использовать снегоуборщик ……………………………………………. «При низких температурах, по аналогии с автомобилем, масло в двигателе начинает густеть, что усложняет запуск двигателя. Также полезен он будет для владельцев снегоуборщиков с ……………………………………………», — рассказывает коммерческий директор сети магазинов садовой техники «Техносад» Павел Зимин. Для удобства работы он советует выбирать модели с ……………………………………………

3. Основные показатели состояния российского рынка

В сегменте тяжелой техники (для очистки дорог и взлетно-посадочных полос) преобладает техника ……………………………………………, в сегменте малогабаритной (для очистки приусадебных участков и территорий стоянок) - ……………………………………………

3.1. Объем и темпы роста рынка снегоуборочной техники в России

Расчеты DISCOVERY Research Group, сделанные по формуле видимого потребления:

**Объем продаж = Объем производства - Объем экспорта + Объем импорта**

показали, что объем рынка снегоуборочной техники составил в 2013 году … тыс. машин и навесного оборудования для них. Рынок снегоуборочной техники в России за последние 5 лет ……………………………………………, основным драйвером роста являлся …………………………………………… В 2012-2013гг. темпы прироста замедлились, в среднем рынок растет на …% в год.

Диаграмма 1. Объём и темп прироста рынка снегоуборочной техники в натуральном выражении в 2009-2013 гг., тыс. шт. и %

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

В структуре рынка снегоуборочной техники преобладают малогабаритные машины: объем рынка в 2013 году составил более … тыс. машин, …% малогабаритных машин было произведено за границей. Доля малогабаритных машин на рынке снегоуборочной техники составляет …%.

Объем сегмента навесного оборудования в 2013 году составил … тыс. штук, на продукцию отечественного производства приходится …% рынка навесного оборудования.

Самый малочисленный сегмент в натуральном выражении - крупногабаритная техника для уборки снега. По нашей оценке в 2013 году объем рынка машин крупных габаритов в России составил … тыс. шт. Это единственный сегмент снегоуборочной техники, который на …% состоит из продукции ……………………………………………

Диаграмма 2. Структура рынка снегоуборочной техники в России по товарным категориям в 2013 г., в %

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Структура рынка в денежном выражении выглядит иначе. Стоимость снегоуборочной машины для бытовых целей варьируется ……………………………………………, а стоимость машин крупных габаритов ……………………………………………. То же самое касается и сегмента навесного оборудования – …………………………………………….

3.2. Факторы развития рынка снегоуборочной техники

Отрицательные факторы

* **Неразвитость производства комплектующих изделий для дорожных машин (в т.ч. снегоуборочных)**

По мнению игроков рынка, продукция отечественных производителей комплектующих в настоящее время не способна выдержать конкуренцию по таким параметрам, как …………………………………………….

Некоторые необходимые компоненты в России просто не производятся: например, ……………………………………………. При работе же с иностранными комплектующими высок риск …………………………………………….

* **Проблемы с длительностью эксплуатации отечественных машин**

По данным журнала «Основные средства», в последние годы от дорожных организаций стали поступать жалобы на ……………………………………………. В этой связи ряд крупных производителей стал активно развивать сборку ……………………………………………. Однако данная тенденция прослеживается только в крупных городах (преимущественно в Москве и Санкт-Петербурге), и доля подобной техники …………………………………………….

* **Рост цен на сырьё, материалы, комплектующие и энергоресурсы**

Существенное влияние на развитие отрасли коммунального машиностроения оказывает ситуация, складывающаяся в сфере коммунального хозяйства. Предприятия, производящие коммунальную и дорожную технику, находятся в определённой зависимости от ……………………………………………

Затраты на шасси, сырьё, материалы и энергию составляют ……………………………………………. Возможный их рост может привести к …………………………………………….

В 2013 году произошёл …………………………………………….

Вступление России в ВТО ……………………………………………. После вступления России в ВТО произошло …………………………………………… пошлин на грузовые автомобили …………………………………………… Пошлина на б/у технику была ……………………………………………

Положительные факторы

* **Кооперация отечественных производителей с западными компаниями**

Развитию рынка способствует кооперация отечественных производителей с ведущими зарубежными компаниями. Чаще всего подобное взаимодействие приводит к …………………………………………… Это первый проект ……………………………………………. Специалисты «……………………………………………» адаптировали …………………………………………… в соответствии с индивидуальными требованиями заказчика (……………………………………………) и ……………………………………………. По мнению ……………………………………………

Навесное оборудование на базе …………………………………………… производит не одна компания. Так, ЗАО «……………………………………………» разработала пилотный образец снегоочистителя ……………………………………………, состоящего из смонтированного на шасси …………………………………………….

* **Производство продукции в странах с низкой стоимостью рабочей силы**

В 2009 году в России начался бум снегоуборочной техники малых габаритов, произведенной в ……………………………………………. Это касается не только ……………………………………………. Также известные на мировой арене производители снегоуборочных машин стали выносить производство в ……………………………………………. Также отмечается расширение …………………………………………… сотрудничества, яркий пример бренд «……………………………………………», который …………………………………………….

* **Механизированная уборка труднодоступных участков**

В сезон 2012-2013гг. активно обсуждалась проблема плохой уборки тротуаров и придомовых территорий, особенно в больших городах. Рабочие не справляются с объемом выпавшего снега, крупногабаритная техника даже самая маленькая не может проехать во двор из-за повсеместно припаркованных машин. Оптимальным выходом из этой ситуации может быть использование ……………………………………………. Если подобное решение будет принято, то это подстегнет дальнейший спрос на данный сегмент техники.

На плановом еженедельном совещании у мэра Москвы его заместитель по вопросам ЖКХ Петр Бирюков рассказал, что в ближайшее время владельцев магазинов, офисов и других городских зданий в законодательном порядке обяжут …………………………………………….

* **Рост малоэтажного жилого строительств**

В 2013 г. индивидуальными застройщиками введено …. жилых домов общей площадью … млн кв. м, что составило …% к 2012 г. При этом доля индивидуального домостроения в общей площади завершенного строительством жилья составила: в целом по России — …%; в …………………………………………… — от… до …%.

3.3. Тенденции рынка снегоуборочной техники

* **Рост потребности в спецтехнике по содержанию автодорог**

Процент …………………………………………… коммунальных машин достаточно ……………………………………………, что является предпосылкой для роста рынка техники …………………………………………….

* **Рост популярности навесного оборудования**

Одним из главных требований к снегоуборочной технике является её многофункциональность, что обуславливает популярность навесного оборудования. Оно стоит ……………………………………………, а также ……………………………………………. Наиболее распространены следующие виды навесного оборудования - ……………………………………………. Популярностью пользуются как ……………………………………………, так и ……………………………………………

* **Дальнейшее расширение использования малой снегоуборочной техники**

Из анализа импорта снегоуборочной техники в Россию видно, что рост данного рынка идет за счет расширения использования малогабаритной техники …………………………………………… Однако подобная техника в России практически не изготавливается, т.к. ……………………………………………. Также в коммунальном хозяйстве она применяется …………………………………………….

* **Строительство многофункциональных дорожных машин**

Производители машин для уборки и очистки дорог считают, что если все работы выполнять отдельными специализированными машинами, то количество таких машин ……………………………………………. Поэтому в настоящее время главное направление развития техники для содержания дорог практически всех производителей - это переход …………………………………………….

Первыми из таких машин на автомобильных дорогах и улицах населенных пунктов появились ……………………………………………. Именно таким образом сформировалась несколько десятков лет назад первая из главных тенденций развития дорожной и коммунальной техники - ……………………………………………. При этом сразу же выявилась необходимость в …………………………………………… и явилось началом проявления второй тенденции развития дорожной и коммунальной техники - ……………………………………………

Развитие указанных тенденций позволяет снизить затраты на ……………………………………………. Первая тенденция (……………………………………………) позволяет резко снизить ……………………………………………, а вторая (……………………………………………) позволяет выбрать …………………………………………….

3.4. Профили крупнейших игроков крупногабаритных машин

ОАО «Курганмашзавод»



ОАО «Курганский завод дорожных машин» основан в 1950 году и является крупнейшим предприятием Курганской области, одним из лидеров оборонно-промышленного комплекса России. ОАО «Курганмашзавод» производит ……………………………………………. Среди новых видов продукции предприятия – …………………………………………….

По данным годового отчёта предприятие в 2012 году выпустило … единиц дорожной техники на сумму … млн. руб., что составило …% к 2011 году. Отгружено продукции на … млн. руб. (также …% к 2011г.). В 2013 году запланировано произвести и реализовать продукции на сумму … млн. руб.

Продажи ОАО «Кургандормаш» сократились за I-II квартал 2013 года и составили … млн. руб. по сравнению с прошлогодним показателем в … млн. руб. Об этом свидетельствуют материалы компании. Чистая прибыль компании «Кургандормаш» за январь - июнь 2013 года по РСБУ ……………………………………………

Таблица 1. Объём производства дорожной техники ОАО «Кургандормаш» в 2010-2013 гг., шт. и тыс. руб.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2010 год | 2011 год | 2012 год | 2013 год\* |
| В натуральном выражении, шт. | 198 | --- | --- | --- |
| В стоимостном выражении, тыс. руб. | 249 324 | --- | --- | --- |

Источник: годовые отчёты предприятия

Пример техники ОАО «Курганмашзавод» для уборки дорог

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

ОАО «Мценский завод «Коммаш»



ОАО «Мценский завод коммунального машиностроения» - один из ведущих российских производителей и экспортёров коммунальной и дорожной техники. Он основан в 1956 году. Завод располагается в Орловской области.

Основным видом деятельности ОАО «Мценский завод коммунального машиностроения» является производство ……………………………………………

По данным годового отчёта предприятия за 2011 год доля ОАО «Мценский завод «Коммаш» в сегменте «машины комбинированные, дорожные» составляла …%, в сегменте «машины вакуумные, включая каналоочистительные» - до …%.

За 2011 год было произведено товарной продукции в общем объеме на … млн. руб. Выпуск продукции составил … единиц коммунальной техники, в том числе:

* машин для городского коммунального хозяйства – … единиц;
* машин на шасси заказчика – … единицы;
* специального оборудования – … единиц;
* запасных частей – на … млн. руб.

Примеры техники ОАО «Мценский завод «Коммаш» для уборки дорог

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

ОАО «Завод Комплексные Дорожные Машины имени М.И. Калинина»



Предприятие, основанное в 1911 году, предлагает широкий спектр ……………………………………………. Производственные мощности завода на данный момент составляют … ед. спецтехники в месяц при односменном режиме работы. Завод располагается в Смоленской области.

По данным основного сайта предприятия в 2012 году объём производства составил … единиц техники, темп прироста …%.

По собственной оценке «Завод Комплексные Дорожные Машины имени М. И. Калинина» в 2013 году выпустил …% всей российской техники, предназначенной для зимней уборки дорог.

Диаграмма 3. Объём и темп прироста производства техники ОАО «Завод КДМ им. М.И. Калинина» в 2010-2012 гг., шт. и %

Источник: официальный сайт предприятия

В 2013 году одной из важнейших задач для завода было адаптирование к производственному процессу базовых автомобилей ……………………………………………. После изучения технологических особенностей данных моделей в кратчайшие сроки был налажен серийный выпуск …………………………………………… Запущена в серийное производство и первая в России дорожная машина на базе ……………………………………………. Использование …………………………………………… как моторного топлива – новое, перспективное, …………………………………………… направление. В 2012 году завод КДМ представил собственную модель ……………………………………………, и в ближайших планах довести ее к весенне-летнему сезону до совершенства.

Примеры техники ОАО «Завод КДМ им. М.И. Калинина» для уборки дорог

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

ЗАО «Смоленский автоагрегатный завод им. В.П. Отрохова АМО ЗИЛ»



Завод им. Лихачёва является старейшей российской автомобилестроительной компанией, основанной в 1959 году. Завод специализируется на производстве ……………………………………………. Также предприятие занимается производством ……………………………………………. Завод расположен в Смоленской области.

Таблица 2. Объём производства автомобилей ОАО «АМО ЗИЛ» в 2010-2012 гг., шт. и млн. руб.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **2010** | **2011** | **2012** |
| В стоимостном выражении, млн. руб. | 830,6 | --- | --- |
| В натуральном выражении, шт. | 1160 | --- | --- |

Источник: годовые отчёты

Примеры техники ЗАО «Смоленский автоагрегатный завод» для уборки дорог

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

ОАО «Арзамасский завод коммунального машиностроения»



**ОАО «Арзамасский завод коммунального машиностроения» является одним из ведущих предприятий коммунального машиностроения России и СНГ. Предприятие производит комбинированные дорожные машины. Завод «Коммаш» ведет свою историю с 1934 года. Товарный ассортимент предприятия насчитывает более … моделей коммунальных машин. Объемы производства коммунальной техники постоянно увеличиваются.**

**Завод расположен в Нижегородской области.**

**С января 2014 года линейка выпускаемых заводом машин пополнилась новой моделью -** …………………………………………… **Данная** …………………………………………… **дорожная машина - результат многолетней работы по модернизации всей серии КДМ. Техника имеет усовершенствованную** ……………………………………………**, более высокую** ……………………………………………**, улучшенную** ……………………………………………**, а также** ……………………………………………**.**

**Примеры техники ОАО «Арзамасский завод коммунального машиностроения» для уборки дорог**

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

**ОАО «Ряжский авторемонтный завод»**



**ОАО «Ряжский авторемонтный завод» является предприятием коммунального машиностроения России. Продукция компании известна в Прибалтике, СНГ, Ираке и Кубе. На данный момент предприятие выпускает порядка … наименований техники.**

**Завод начинает свою историю с 1929 года, однако выпуском коммунальной техники занимается с 1993 года. Предприятие специализируется на выпуске** ……………………………………………**. Завод является одним из ведущих в стране по производству машин для коммунального и дорожного хозяйства.**

**По данным официального сайта компании доля ОАО «Ряжский авторемонтный завод» на рынке коммунальной техники и дорожных машин составляет …%.**

**Примеры техники ОАО «Ряжский авторемонтный завод» для уборки дорог**

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

ООО «ПКФ БЕРЦ»



Производственно-коммерческая фирма ООО «Берц» является Рязанским машиностроительным предприятием (ПО Рязанский завод «Торфмаш»), серийно выпускающим ……………………………………………. В структуре производства предприятия имеются …………………………………………….

ОАО «ТоМеЗ» Тосненский Механический Завод»



ОАО «ТоМеЗ» Тосненский Механический Завод» - один из крупнейших производителей дорожной и коммунальной техники в Северо-Западном регионе. Осуществляется выпуск …………………………………………….

Предприятие основано в 1982 году. Расположено в Ленинградской области. В 2012 году началась модернизация завода.

В структуре производства …% продукции приходится на потребление территориальных и федеральных дорожных организаций Москвы и Московской области.

Предприятие выпускает …………………………………………….

Диаграмма 4. Объём и темп прироста производства ОАО «ТоМеЗ» Тосненский Механический Завод в 2010-2012 гг., тыс. руб. и %

Источник: годовые отчёты предприятия

Примеры техники ОАО «ТоМеЗ» Тосненский Механический Завод» для уборки дорог

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

ОАО «Машиностроительный завод им. М.И. Калинина»



Предприятие ведёт свою историю с 1866 года. В настоящее время предприятие находится в Свердловской области.

В 2004 году завод освоил выпуск малогабаритных вакуумных подметально-уборочных машин.

Диаграмма 5. Объём и темп прироста производства ОАО «Машиностроительный завод им. М.И. Калинина» в 2010-2011 гг., млн. руб. и %

Источник: годовые отчёты предприятия

Примеры техники ОАО «Машиностроительный завод им. М.И. Калинина» для уборки дорог

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

3.5. Профили крупнейших игроков в сегменте малогабаритных машин

Наиболее известными в данной области считаются …, … и … компании. Например, MTD (США-Канада), которой принадлежат также марки ……………………………………………, а также …………………………………………… со своей премиум-техникой. Дальше следуют американские марки ……………………………………………, …………………………………………… и шведская ……………………………………………, выпускающие снегоуборщики по разумным ценам, в сочетании с высокой эксплуатационной надежностью. Неплохое соотношение цены/качества предлагает своим покупателям и другой производитель снегоуборочной техники из Швеции — ……………………………………………. ……………………………………………, продукты которой отличаются качеством.

Начали появляться разнообразные модели снегоуборочной техники и от …………………………………………… производителей. Среди них ……………………………………………. При этом даже очень невнимательный человек заметит в этих списках так называемых однофамильцев. То есть, технику признанных производителей, сделанную в ……………………………………………. Взять ту же ……………………………………………, которая еще в 30-е годы предложила первые образцы сельскохозяйственной техники американского производства. А теперь имеет производство в …………………………………………….

Постоянно растущее …………………………………………… снегоуборочных машин, ……………………………………………, является объективной причиной высокого спроса. К тому же, за последние несколько лет …………………………………………… вкладывает деньги в ……………………………………………. В результате налаживается выпуск ……………………………………………, которая способна конкурировать с другими ведущими мировыми производителями.

Например, директор по маркетингу в Европе компании Briggs&Stratton отмечает, что весь «бизнес» представительства в России основан на ……………………………………………. Винсент Боуден говорит, что со стороны …………………………………………… исходит конкурентная угроза. Причем, угроза на российском рынке. Видимо поэтому совсем недавно компания специально увеличила штат своего представительства в России. И это говорит представитель компании, которая скупила такие известные торговые марки снегоуборочных машин, как ……………………………………………

О давлении со стороны …………………………………………… на российском рынке европейцы говорят так – ……………………………………………. А Винсент Боуден знает суть дела. Дело в том, что основной продукт компании Briggs&Stratton, на который в свое время была сделана ставка – двигатели, в том числе для снегоуборщиков. «Больше всего, конечно, ……………………………………………» – поясняет ситуацию Боуден.

В техническом плане вперед ……………………………………………. В частности, производитель предлагает ……………………………………………. Кроме того, в его линейке есть модели с ……………………………………………. «Эта технология позволяет сочетать …………………………………………… с ……………………………………………», — уверяет Максим Шайдт, руководитель российского представительства.

…………………………………………… снегоуборщики …………………………………………… уступают …………………………………………… по своим характеристикам, однако являются более популярными и доступными. «Наиболее продаваемая модель — это ……………………………………………. На ней установлен ……………………………………………, ширина уборки — … см. Машина оборудована ……………………………………………. Скорость движения регулируется при помощи вариатора, возможность отключения блокировки дифференциала и выбора ведущего колеса (рулевое управление с сервоприводом) облегчает маневрирование и управление», — рассказывает о бестселлере марки Андрей Корешков, представитель компании в России. В дополнение к тому на снегоуборщике установлена ……………………………………………. Стоит …………………………………………… чуть больше … тыс. рублей.

Корпорации …………………………………………… также принадлежит более массовая марка ……………………………………………. Одна из самых востребованных ее моделей — …………………………………………… (стоит в среднем … тыс. рублей). Этот снегоуборщик обладает всеми необходимыми функциями и подходит для ……………………………………………. …………………………………………… справится не только со свежевыпавшим, но и с лежалым, покрытым ледяной коркой снегом.

По оценке DISCOVERY Research Group в 2013 году ведущими марками на рынке малогабаритных снегоуборочных машин являлись: PATRIOT GARDEN, HUSQVARNA, HUTER, MTD.

Диаграмма . Ведущие компании на российском рынке малогабаритных снегоуборочных машин в 2013г., в % от натурального объема

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС

Диаграмма . Ведущие компании на российском рынке малогабаритных снегоуборочных машин в 2013г., в % от стоимостного объема

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС

PATRIOT GARDEN



Patriot Garden — это американская марка, созданная сравнительно недавно, в 2000 году. Под этим брендом в основном выпускается оборудование для садовых работ такое, как триммеры, бензопилы и т.п. Широкий ассортимент техники, предлагаемой Patriot Garden, также включает в себя производительные, удобные и надежные снегоуборочные машины.

Начиная с … года производство оборудования Patriot Garden осуществляется в …………………………………………….

В … году Patriot Garden вышла на российский рынок. В России эта техника пользуется высокой популярностью благодаря целому ряду достоинств: ее отличает ……………………………………………

Политика Patriot Garden заключается в том, чтобы ……………………………………………. Этим обусловлено ……………………………………………. Как отмечают дилеры марки, качество оборудования Patriot Garden …………………………………………….

Снегоуборщики, триммеры и бензопилы компании Patriot Garden собираются с …………………………………………….

С другой стороны, ……………………………………………, поэтому компания Patriot Garden усовершенствовала их за счет …………………………………………….

Такое ноу-хау позволяет экономить …% топлива и увеличить мощность на …%. …………………………………………… двигатели Patriot Garden используют в технике, требующей большой мощности.

Другой технической особенностью производства компании Patriot Garden является использование ……………………………………………. …………………………………………… в разы повышает надежность и долговечность …………………………………………….

Так же двигатели имеют ……………………………………………. Карбюратор устанавливается таким образом, что …………………………………………….

По оценке DISCOVERY Research Group малогабаритные снегоуборочные машины торговой марки PATRIOT GARDEN лидируют на российском рынке. В 2013 году в Россию было поставлено … тыс. машин этой торговой марки общей стоимостью $... тыс.

Таблица . Объем поставок малогабаритных машин ТМ Patriot Garden в Россию в 2009-2013гг., шт. и $ тыс.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** |
| Натуральный объем, шт. | 311 | 1 157 | --- | --- | --- |
| Стоимостной объем, $ тыс. | 133 | 464 | --- | --- | --- |

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС

Ввоз малогабаритных машин ТМ PATRIOT GARDEN в Россию за последние 5 лет увеличился: если в 2009 году объем импорта составлял только 311 единиц, то уже к 2010 году объем поставленной продукции вырос почти в 3 раза, … рост отмечался в 2011 году и … в 2012 году. В 2013 году темпы прироста поставок малогабаритных машин этой торговой марки сократились до …%.

Таблица . Объем и темпы прироста поставок малогабаритных машин ТМ Patriot Garden в Россию в 2009-2013гг., шт.

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС

Компания особое внимание уделяет развитию дилерской сети, так как Patriot Garden не имеет филиалов.

Обладая собственной сетью авторизованных сервисных центров и уверенностью в качестве продукции, Patriot представляет с 1 мая 2013 года расширенную гарантию на свою продукцию. Расширенная гарантия на технику Patriot предоставляется всем покупателям. При заполнении сертификата при покупке или в сервисном центре гарантийный срок увеличится до 3-х лет.

Центральный сервисный центр распложен в …. Также имеется ……………………………………………

Компания также обслуживает бензо- и электротехнику известных торговых марок по гарантии, а также предлагает послегарантийное обслуживание: …………………………………………….

Примеры малогабаритных снегоуборочных машин торговой марки PATRIOT GARDEN

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 426_10_8465.jpg | 426_10_8470.jpg | 426_30_2200.jpg |

MTD



Компания была основана в американском Кливленде (штат Огайо) в 1932 году тремя предприимчивыми эмигрантами из Германии. Название — MTD — представляет собой аббревиатуру, расшифровывающуюся как «Modern Tool & Die» («Современные Инструменты и Литьё»). В настоящее время головной офис MTD также располагается в Кливленде.

Садовая техника появилась в ассортименте компании в 1958 году. Первым продуктом была газонокосилка. Следом за ней, уже на следующий год, MTD выпускает первый садовый трактор. С тех пор колёсная техника для сада на долгие годы стала основным направлением развития компании. Очередное её достижение — серия машин для уборки снега. Сегодня это одна из наиболее широких ассортиментных линеек снегоуборщиков на рынке.

В ….-м открыто представительства в Азии, Болгарии и в России. А в 2009 году MTD приобретает фирму Wolf-Garten (г. Бетздорф, Германия).

MTD присутствует на всех мировых «садовых» рынках мира, везде входя в группу лидеров. На руку играет дополнительное преимущество — мультибрендовость. Она позволяет …………………………………………….

Неоспоримое конкурентное преимущество MTD — мощнейшая собственная производственная база. Сейчас у компании есть заводы в ……………………………………………. Большинство комплектующих для своей техники, в том числе пластиковые детали, ……………………………………………. Такая организация …………………………………………….

Большое количество наименований техники MTD производится на заводах в Северной Америке. Это тракторы, снегоуборщики, газонокосилки, культиваторы, триммеры и многое другое.

Если говорить о Европе и Азии, то специализация у производственных площадок следующая:

* …………………………………………… — райдеры, газонные и садовые тракторы. Кроме того, неподалеку от завода располагается центральный европейский склад запасных частей MTD
* …………………………………………… — газонокосилки, скарификаторы, культиваторы, измельчители, триммеры
* …………………………………………… — детали и компоненты (а с 2010 года — ещё и культиваторы).

С приобретением компании Wolf-Garten этот список пополнился заводами в городах Бетздорф и Сант Вендел (Германия). Здесь выпускаются газонокосилки, скарификаторы, триммеры и ручной инструмент.

Брендирование играет для компании очень важную роль. Из всего многообразия принадлежащих компании MTD торговых марок на российский рынок сегодня поставляется пять основных бренда: ……………………………………………. Кроме того, MTD производит технику и для других торговых марок, не принадлежащих нашей компании. В большинстве своем речь идёт о собственных марках сетей DIY.

Таблица . Характеристики торговых марок MTD

|  |  |
| --- | --- |
| **Торговая марка** | **Описание** |
| mtd_over.png | …………………………………………… |
| index.jpeg | …………………………………………… |
| logo.png | …………………………………………… |
| yardmachines_over.png | …………………………………………… |
| index.jpeg | …………………………………………… |

По оценке DISCOVERY Research Group компания MTD занимает второе место на российском рынке малогабаритных снегоуборочных машин по совокупному объему в натуральном выражении. В 2013 году в Россию было поставлено … машин под 4-мя торговыми марками. В стоимостном выражении объем импорта составил $... млн.

Таблица 6. Объем поставок малогабаритных машин MTD в Россию в 2009-2013гг. по торговым маркам, шт. и $ тыс.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2009** | | **2010** | | **2011** | | **2012** | | **2013** |  |
| **Шт.** | **$ тыс.** | **Шт.** | **$ тыс.** | **Шт.** | **$ тыс.** | **Шт.** | **$ тыс.** | **Шт.** | **$ тыс.** |
| CUB CADET |  |  | 25 | 126 | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| MTD | 51 | 86 | 1 279 | 744 | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| WOLF-GARTEN |  |  |  |  | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| YARD MACHINES |  |  |  |  |  |  | --- | --- | --- | --- |
| YARD-MAN |  |  | 1 030 | 810 | --- | --- |  |  |  |  |
| **ВСЕГО** | **51** | **86** | **2 334** | **1 680** | --- | --- | --- | --- | --- | --- |

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС

Диаграмма . Объем и темпы прироста поставок малогабаритных машин MTD в Россию в 2009-2013гг., шт.

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС

На российском рынке компания MTD представлена в первую очередь машинами под …………………………………………… торговой маркой – примерно половина всех поставок в 2013 году приходится на этот бренд. Второй наиболее распространенный бренд …………………………………………….

Диаграмма . Структура поставок малогабаритных машин Husqvarna AB по торговым маркам в Россию в 2013г.

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС

В России компанию MTD волнует проблема ……………………………………………. «Дело в том, что некоторые фирмы пытаются ……………………………………………. Авторитетно заявляю — кроме вышеперечисленных, никакие другие марки ……………………………………………. Очень часто главный торговый аргумент при продаже ……………………………………………. Я хотел бы предостеречь наших покупателей от ……………………………………………», - комментирует глава представительства ООО «MTD Садовая техника» Виталий Зверев.

В Москве у компании есть собственная служба сервиса, организующая сервисный ремонт. В регионах обслуживанием техники всех брендов, принадлежащих компании MTD, занимаются авторизованные сервисные центры.

Примеры малогабаритных снегоуборочных машин торговых марок компании MTD

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| MTD  31A-2M1E706_product_listing.png | Yard-Man  index.jpeg | Yard Machines  index.jpeg |
| Cub Cadet  index.jpeg | Wolf Garten  images.jpeg |  |

HUSQVARNA

hq_logo_r$2f08fa.gif

Husqvarna AB — шведская промышленная компания, крупнейший в мире производитель пил, газонокосилок и садового оборудования, а также инструментов для резки камня и для строительной промышленности.

Компания Husqvarna делится на два крупных региона – Северная Америка и Европа с Азией, к этому сегменту относится Россия. Около …% продаж компании в 2012 году пришлось на Россию.

Компания имеет несколько заводов. Электрические газонокосилки и роботизированные газонокосилки производятся в ……………………………………………. Поливальные инструменты – в ……………………………………………. В …………………………………………… налажено производство переносной техники (триммеры и бензопилы) в дешевом ценовом сегменте. В …………………………………………… производятся бензопилы и другая портативная продукция. На новом производственном объекте в …………………………………………… налажен выпуск мотоблоков и газонокосилок. В …………………………………………… производятся триммеры, клиринговые пилы, бензопилы и минитракторы-косилки.



В 1949 году фабрика AB Bergborrmaskiner, производившая в Молндале (Гетеборг) горные буры, занялась разработкой совершенно нового продукта. Так на свет появилась первая шведская цепная пила Be-Bo, названная в честь выпустившей ее фабрики.

В 1990 году Partner представил полный ассортимент садовых бензоинструментов. Помимо цепных пил и травокосилок, в него вошли несколько газонокосилок и садовых тракторов, а также первый в Европе садовый мусоросборщик. Таким образом завершилась трансформация Partner в потребительский бренд.

В 2006 году Electrolux избавился от своих «садовых» брендов, включая Partner, и все они были собраны в Husqvarna AB.

Под этой торговой маркой выпускается ……………………………………………. Снегоуборщики Partner в своей конструкции имеют много общего со ……………………………………………

5897238.bozt1mw29m.W215.jpg

Американская компания McCulloch – всемирно известный производитель лесной и садовой техники. История компании McCulloch берет свое начало в 1943 году в городе Милуоки (штат Висконсин, США), где она была образована Робертом МакКалоком. Первоначальная специализация компании заключалась в производстве небольших двухтактных бензиновых двигателей внутреннего сгорания.

С конца 1980-х по конец 1990-х годов идет дальнейшее расширение ассортимента техники для сада и огорода: производятся мотокультиваторы, снегоуборщики и садовые тракторы.

В 1999 году McCulloch Corporation продала контрольный пакет акций европейского бизнеса компании Husqvarna AB, а 9 лет спустя шведский концерн Husqvarna выкупил все права на бренд McCulloch.

Сегодня под известным американским брендом производится практически полный ассортимент садовых бензоинструментов: …………………………………………….

Помимо американского завода, McCulloch открыл производство …………………………………………… Сегодня этот завод является крупнейшим в …………………………………………… по объему выпуска бензиновой садовой техники и инструмента.

Также в портфель брендов Husqvarna AB входит большое количество разнообразных брендов садовой техники и инструментов. В России этот холдинг на рынке малогабаритных снегоуборщиков представлен тремя брендами: ……………………………………………. Группа компаний Husqvarna вывела торговую марку … на российский рынок только в … году.

По оценке DISCOVERY Research Group в 2013 году в Россию было поставлено … малогабаритных снегоуборщиков производства Husqvarna AB общей стоимостью $ … млн. В сравнении с предыдущим годом объем импорта увеличился на …%.

Таблица . Объем поставок малогабаритных машин Husqvarna AB в Россию в 2009-2013гг. по торговым маркам, шт. и $ тыс.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2009** | | **2010** | | **2011** | | **2012** | | **2013** |  |
| **Шт.** | **$ тыс.** | **Шт.** | **$ тыс.** | **Шт.** | **$ тыс.** | **Шт.** | **$ тыс.** | **Шт.** | **$ тыс.** |
| HUSQVARNA | 19 | 6 | 342 | 426 | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| --- |  |  |  |  |  |  |  |  | --- | --- |
| --- |  |  | 252 | 174 | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ВСЕГО** | **19** | **6** | **594** | **600** | --- | --- | --- | --- | --- | --- |

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС

Диаграмма . Объем и темпы прироста поставок малогабаритных машин Husqvarna AB в Россию в 2009-2013гг., шт.

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС

Основной объем поставок приходится на собственную торговую марку Husqvarna – более …% всей ввезенной малогабаритной снегоуборочной техники. В … году на российский рынок пришел новый бренд …, на его долю сразу пришлось более ..% в структуре поставок этого производителя (более … тыс. снегоуборочных машин). Меньше всего в 2013 году было поставлено продукции под торговой маркой …, всего … машин (…% от общего объема поставок).

Диаграмма . Структура поставок малогабаритных машин Husqvarna AB по торговым маркам в Россию в 2013г.

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС

Все торговые марки, входящие в холдинг Husqvarna, в России распространяются через …………………………………………….

Существует несколько основных причин, почему Husqvarna выбирает именно ……………………………………………. в качестве своих представителей в регионах. ……………………………………………. обладают большим опытом и знаниями в ……………………………………………..

Более того любой инструмент нуждается во …………………………………………….. И в этом случае ……………………………………………. наилучшим образом справляются с задачей. Все сотрудники ……………………………………………. И наконец, именно в …………………………………………… ставится во главу угла.

Примеры малогабаритных снегоуборочных машин торговой марки HUSQVARNA

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| HUSQVARNA  st-268ept-496956d6.png | PARTNER  snegouborsik-partner-SB240.jpg | MC CULLOCH  6293212.12nghizug1.156x120.jpg.png |

HUTER

logo.png

Немецкая компания Huter Elektrische Technik GmbH является одним из лидеров среди производителей электрооборудования, существующая на электротехническом рынке с 1979 года и вышедшая на российский рынок в … году. Компания специализируется на производстве электрогенераторной и садовой техники.

В линейку производимого оборудования входят …………………………………………….

В Россию поступает продукция, произведенная в ……………………………………………, на заводах, которые производят малогабаритные снегоуборочные машины также под другими марками: …………………………………………….

Поставки снегоуборщиков HUTER в Россию начались в 2011 году. В 2013 году было ввезено … единиц продукции общей стоимостью $... млн. В сравнении с 2012 годом объем поставок снегоуборщиков этой торговой марки в натуральном выражении сократился на …%, в тоже время в денежном выражении спад составил всего …%.

Таблица . Объем поставок малогабаритных машин ТМ Huter в Россию в 2009-2013гг., шт. и $ тыс.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** |
| Натуральный объем, шт. | - | - | --- | --- | --- |
| Стоимостной объем, $ тыс. | - | - | --- | -- | --- |

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС

Диаграмма . Объем и темпы прироста поставок малогабаритных машин ТМ Huter в Россию в 2011-2013гг., шт.

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС

На всю продукцию компании Huter действует гарантия. Гарантийное и постгарантийное обслуживание производится в авторизированных сервисных центрах высококвалифицированными специалистами. Сервисные центры распложены во многих регионах Российской Федерации и странах СНГ, что позволяет оперативно решать вопросы ремонта или замены оборудования.

На сайте компании указано, что продавцы продукции должны сообщать адрес ближайшего сервисного центра. Если продавец продукции не назвал адрес ближайшего сервисного центра, то Вы купили контрафакт.

Ремонт продукции в авторизированном сервисном центре осуществляется в строгом соответствии с требованиями производителя и использованием рекомендованного оборудования и запасных частей.

Сервисные центры осуществляют контроль качества ремонта продукции. Каждое оборудование после завершения всех видов работ проходит диагностику с использованием теста для подтверждения надлежащего уровня предоставленных услуг. Благодаря непрерывному контролю качества выполняемых работ компании имеет возможность предоставлять долгосрочные гарантии для своей продукции.

Примеры малогабаритных снегоуборочных машин торговой марки HUTER

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 57194d06fe2005d3bbdbbdaa59a07088.jpg | 1981e422a5f34c93d98339303ced58ca.jpg | 85916a0dc0308e08f6f89bc2da23f9df.jpg |

PRORAB

logo.png

PRORAB - это российский бренд, появившийся на рынке в … году, который принадлежит ООО «Прораб», в свою очередь входящему в холдинг A-CLASS GROUP, специализирующийся на реализации электроинструмента не только от ведущих производителей мира, но и собственной торговой марки.

Изначально ООО «Прораб» делало акцент на производстве пильных дисков и точил. Такова была потребность потребительского рынка на тот период времени. Расширение товарных категорий в компании началось год спустя, когда появились пилы, перфораторы, рубанки, аккумуляторные инструменты, компания начала принимать активное участие в профильных выставках Intertool Mosbuild MITEX. К концу … года в каталоге компании числилось более … наименований различного оборудования, охватывающего все ремонтно-строительные отрасли, но компания продолжает активное развитие, расширяя и без того обширную линейку продукции, вводя новые категории инструментов.

На сегодняшний момент ассортимент PRORAB насчитывает более чем … позиций оснастки и оборудования, электроинструментов и садового инвентаря, как сезонной, так и внесезонной категории.

Снегоуборочные машины и навесное оборудование PRORAB производится в …. В Россию поставляется продукция, произведенная на нескольких заводах: ……………………………………………..

По оценке DISCOVERY Research Group в 2013 году в Россию было поставлено … малогабаритных снегоуборщиков торговой марки PRORAB общим объемом $... млн. В сравнении с предыдущими годами объем поставок продукции под данной торговой маркой увеличился почти в … раза.

Таблица . Объем поставок малогабаритных машин Prorab в Россию в 2009-2013гг., шт. и $ тыс.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** |
| Натуральный объем, шт | - | 1 227 | --- | --- | --- |
| Стоимостной объем, $ тыс. | - | 279 | --- | --- | --- |

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС

Диаграмма . Объем и темпы прироста поставок малогабаритных машин Prorab в Россию в 2010-2013гг., шт.

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС

Производство основано на …………………………………………….. Многочисленные тесты на выносливость и постоянный контроль производств гарантируют, что с завода выходят только высококачественные продукты. Свидетельством этого служит и …………………………………………….. Сервисные центры PRORAB находятся более чем в … городах России.

Примеры малогабаритных снегоуборочных машин торговой марки PRORAB

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| est_1801.jpg | gst_55_elv.jpg | gst-110-el3u.jpg |

HONDA



Силовое оборудование Honda начало свое существование в 1953 году с выпуском двигателя общего назначения «типа Н», предназначенного сократить ручной труд фермеров.

В 1980 году Honda представила решение распространенной проблемы – борьбы со стихиями и выпустила первый снегоочиститель, HS35. 2001 год стал настоящей вехой инноваций, когда была представлена первая гибридная модель HS 390i, которая использует …………………………………………….. Эта уникальная технология обеспечивает оптимальным …………………………………………….. Нынешняя широкая линейка снегоочистителей Honda способна убирать от … до … тонн снега за час.

В 2012 году Honda дополнила линейку оборудования по уходу за газоном и садом первой …………………………………………….. ……………………………………………. предлагает потрясающую гибкость в ……………………………………………..

Снегоуборочная техника Honda - эталон технического совершенства. Использование ……………………………………………. позволяет легко …………………………………………….. Снегоуборщик Honda очень надежен, неприхотлив и прост в эксплуатации и в обслуживании. ……………………………………………. как эксклюзивная технология компании Honda по …………………………………………….. Благодаря использованию ……………………………………………., можно легко и точно …………………………………………….. Сердцем каждого снегоочистителя HONDA является …………………………………………….. Мощность двигателя варьируется от … до … л.с.

По оценке DISCOVERY Research Group в 2013 году в Россию было поставлено … малогабаритных снегоуборочных машин торговой марки HONDA, в денежном выражении объем импорта составил $... млн.

Отличительная особенность HONDA – …………………………………………….. В стоимостном выражении среди марок импортируемой малогабаритной техники для уборки снега HONDA находится на … месте, однако ……………………………………………..

Таблица . Объем поставок малогабаритных машин Honda в Россию в 2009-2013гг., шт. и $ тыс.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** |
| Натуральный объем, шт. | 199 | 735 | --- | --- | --- |
| Стоимостной объем, $ тыс. | 228 | 961 | --- | --- | --- |

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС

Поставки снегоуборщиков марки HONDA в Россию за последние два года сократились. Больше всего машин было ввезено в 2011 году (… тыс.), в 2010 году объем поставок сократился на …%, в 2013 году – на …%.

Диаграмма . Объем и темпы прироста поставок малогабаритных машин Honda в Россию в 2009-2013гг., шт.

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС

Компания Honda имеет разветвленную сеть ……………………………………………..

Примеры малогабаритных снегоуборочных машин торговой марки HONDA

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| honda-hs622-ets.jpg | honda-hs970-ets.jpg | honda-hybrid-hs1180i.jpg |

MASTERYARD

logo.png

Материнской компанией торговой марки MasterYard является знаменитая французская фирма Pubert – старейшая среди производителей садово-огородного оборудования. Она была основана в 1840 году и стала одним из несомненных лидеров на мировом рынке сельскохозяйственной техники.

Продукция ее дочернего предприятия MasterYard не уступает по качеству товарам, выпускаемым всеми признанным французским производителем, и строго контролируется материнской фирмой.

Снегоуборочная техника MasterYard, поставляемая в Россию, производится в … на двух заводах: ……………………………………………..

По оценке DISCOVERY Research Group поставки снегоуборщиков под торговой маркой MASTERYARD начались в 2011 году. Пик импорта пришелся на 2012 год, в прошедшем году объем поставок сократился. Всего в 2013 году было поставлено …. малогабаритных снегоуборочных машин стоимостью $... млн. Отличительная особенность машин данной марки – ……………………………………………..

Таблица . Объем поставок малогабаритных машин MasterYard в Россию в 2011-2013гг., шт. и $ тыс.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **2011** | **2012** | **2013** |
| Натуральный объем, шт. | --- | --- | --- |
| Стоимостной объем, $ тыс. | --- | --- | --- |

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС

Диаграмма . Объем и темпы прироста поставок малогабаритных машин MasterYard в Россию в 2011-2013гг., шт.

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС

Распространение и сервисное обслуживание снегоуборщиков торговой марки MasterYard осуществляется через ……………………………………………..

Примеры малогабаритных снегоуборочных машин торговой марки MasterYard

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 3b8ecf48f2567fefec6b8372359e7774.jpeg | 4d90c0c1f7245ee75d8ba29dc9a5a7bb.jpeg | e617d1889049ca45812a6579a04058e1.jpeg |

CRAFTSMAN



Бренд Craftsman был создан в 1926 году, сейчас его стоимость на мировом рынке оценивается в …. долларов.

Продукция Craftsman производится на более чем … заводах в разных странах. Гигантские объемы заказов Craftsman на этих заводах позволяют Sears получать самые выгодные и превентивные условия.

Компания Sears была создана в конце 19 века в США. В 1914 году Sears разработал стратегию развития через сеть больших магазинов – современных супермаркетов. На данный момент Sears является крупнейшей розничной сетью, по объемам продаж он занимает второе место в США и мире (на первом месте Wal-Mart).

По оценке DISCOVERY Research Group в 2013 году в Россию было поставлено … единиц снегоуборочной техники торговой марки Craftsman общей стоимостью $... млн. В сравнении с 2012 годом количество ввезенной техники сократилось на …%, годом ранее также отмечалось сокращение поставок на …%.

Таблица . Объем поставок малогабаритных машин Craftsman в Россию в 2009-2013гг., шт. и $ тыс.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** |
| Натуральный объем, шт. | 492 | 1 471 | --- | --- | --- |
| Стоимостной объем, $ тыс. | 224 | 609 | --- | --- | --- |

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС

Диаграмма . Объем и темпы прироста поставок малогабаритных машин Craftsman в Россию в 2009-2013гг., шт.

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС

Эксклюзивный представитель бренда Craftsman в России …………………………………………….. Продукция представлена ……………………………………………..

**Справка**: Группа компаний «…» основана в … году. Основное направление деятельности – …………………………………………….. Группа компаний «…» является эксклюзивным дистрибьютором таких фирм как …………………………………………….. В настоящий момент «…» - это более … дилеров по всей стране, представленность в ……………………………………………..

Примеры малогабаритных снегоуборочных машин торговой марки Craftsman

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 9a34f1a6da769d0038235dfc4ea25629.jpg | 32f69b9d10502b473367eead6f5e3734.jpg | fead280d1763390faec2a2c746ee2226.jpg |

GGP (Global Garden Products)

ggp_logo.gifbrands_stiga_logo.png

Компания была создана в 1962 году в Кастельфранко Венето, процветающем регионе на северо-востоке Италии. Первоначально она называлась Castelgarden. 2000-й год ознаменовался слиянием Castelgarden с тремя другими компаниями: итальянской Alpina, британской Mountfield и шведской Stiga, в результате чего и появился международный холдинг GGP Group.

В настоящее время GGP является признанным лидером среди европейских производителей колесных газонокосилок и садовых тракторов. В компании работают 1200 сотрудников, объем внутреннего производства превышает …., а оборот в 2009 и 2010 годах составил примерно … … евро.

На сегодняшний день GGP владеет … собственными заводами. ……………………………………………..

Основные клиенты GGP — …………………………………………….. Например, компания делает ……………………………………………..

GGP также пользуется …………………………………………….. Но таких моделей очень мало и к тому же большинство из них — это ……………………………………………..

В настоящее время продукция GGP продается под четырьмя разными брендами: Stiga, Alpina, Castelgarden и Mountfield.

Таблица . Характеристики брендов GGP

|  |  |
| --- | --- |
| **Бренд** | **Описание** |
| Stiga | Для GGP это бренд № 1. Само название этого премиум-бренда служит синонимом шведского качества и удобства эксплуатации. Приоритетами для Stiga являются интересы клиентов, применение инновационных технологий и решения, служащие ориентиром для всей отрасли |
| Alpina | Стильный итальянский бренд, ориентированный на удовлетворение потребностей рынков традиционной торговли и масс-маркет, а также магазинов формата «сделай сам» по всей Европе. |
| Castelgarden | Предлагает своим традиционным клиентам высококачественные и высокоэффективные продукты, разработанные итальянскими дизайнерами и инженерами и обладающие очень привлекательным соотношением цены и потребительских характеристик |
| Mountfield | Этот легендарный бренд существует на рынке Соединенного Королевства уже 30 лет и ассоциируется в первую очередь с производством роликовых и роторных газонокосилок с минимальной высотой стрижки |

В конце …. года GGP открыл в России ……………………………………………..

В данный момент сбытовая политика GGP относительно России следующая: основной акцент — на Stiga. Этот бренд будет продаваться в России, прежде всего, по ……………………………………………..

Марку Alpina руководство компании тоже считает …………………………………………….. Ее сбыт будет происходить в основном через……………………………………………..

«Сейчас работа компании GGP в России строится исключительно через …………………………………………….. На сегодняшний день такие партнеры есть у нас в …………………………………………….. В ближайшее время мы не планируем открывать в России …………………………………………….» — отмечает Виктор ЖУКОВ, генеральный директор российского представительства GGP — компании GGP Russia.

«Так уж исторически сложилось, что первые …………………………………………….. Кстати, в настоящее время …………………………………………….», отмечает представитель компании.

В 2009 и 2010 годах объемы продаж техники GGP в России ……………………………………………., по сравнению соответственно с 2008-м и 2009-м, на … и …%. Конечно, при старте практически с нуля подобные цифры …………………………………………….. Но если учитывать, что до 2008 года техника GGP попадала в Россию ……………………………………………., то данные результаты можно считать ……………………………………………..

По официальным данным с 2009 по 2013 гг. в Россию импортировалась только продукция под брендом STIGA, как малогабаритные снегоуборочные машины, так и навесное оборудование к ним. В 2013 году объем импорта малогабаритной техники GGP в Россию составил … шт. стоимостью $... тыс.

Таблица . Объем поставок малогабаритных машин и навесного оборудования GGP (ТМ Stiga) в Россию в 2009-2013гг., шт. и $ тыс.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** |
| Малогабаритная машина | Шт. | 341 | 992 | --- | --- | --- |
| $ тыс. | 126 | 374 | --- | --- | --- |
| Навесное оборудование | Шт. | 36 | 13 | --- | --- | --- |
| $ тыс. | 12 | 18 | --- | --- | --- |

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС

Диаграмма . Объем и темпы прироста поставок малогабаритных снегоуборочных машин GGP (ТМ Stiga) в Россию в 2009-2013гг., шт. и %

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС

Рынок растет — появляются новые клиенты, а также, что очень важно, ……………………………………………..

GGP Russia заключила договор на гарантийное и послегарантийное обслуживание с …………………………………………….. Она обслуживает технику компании через ……………………………………………..

Примеры малогабаритных снегоуборочных машин торговой марки STIFA

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Одноступенчатые  1d88bdd1f9.jpg | Двухступенчатые  1bd5de76e9.jpg | Двухступенчатые Pro  bcd230bfec.jpg |

MAC ALLISTER



Торговая марка MacAllister принадлежит британской группе Kingfisher, управляющей сетью строительных супермаркетов Castorama, Brico Depot и др. В настоящее время под данной торговой маркой производится свыше … моделей электроинструмента (перфораторы, шуруповерты, болгарки и др.) и ручного инструмента. Инструмент MacAllister является …………………………………………….. В России представлен в …………………………………………….. Производится в ….

По объему поставок торговая марка MacAllister входит в … ведущих торговых марок малогабаритных снегоуборщиков, представленных в России. Поставки данной марки начались в 2011 году и за последние три года объем ввозимой техники увеличивался. За 2013 год в Россию было импортировано … снегоуборщика общей стоимостью $.... тыс.

Таблица . Объем поставок малогабаритных машин MacAllister в Россию в 2011-2013гг., шт. и $ тыс.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **2011** | **2012** | **2013** |
| Натуральный объем, шт. | --- | --- | --- |
| Стоимостной объем, $ тыс. | --- | --- | --- |

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС

Диаграмма . Объем и темпы прироста поставок малогабаритных снегоуборочных машин MacAllister в Россию в 2011-2013гг., шт. и %

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС

Примеры малогабаритных снегоуборочных машин торговой марки MacAllister

|  |  |
| --- | --- |
| snegouborshik-mac allister yt 6601.jpg | _________________52a2e85aafcf4_180x180.jpg |

HYUNDAI

logo.png

Группа компаний HYUNDAI основана в 1947 году одним из самых влиятельных людей Кореи Чон Чжу Еном. Многопрофильная семейная фирма с середины прошлого века выпускала сталь, станки, локомотивы, электронику, силовую технику и электроинструменты, занималась строительством, нефтехимией и автомобилестроением. Десятки дочерних компаний управлялись членами семьи Чон Чжу Ена. К концу семидесятых группа HYUNDAI вошла в состав «большой четверки» корейских концернов.

С 2009 года компания HYUNDAI Corporation является одним из мировых лидеров в области производства и международной торговли товаров и услуг, начиная от автомобилей, электротехнической продукции, электроники, оборудования, стали, кораблестроения, растений, химических веществ, заканчивая широким спектром товаров народного потребления.

Производитель садово-парковой техники порадовал российского потребителя, начав реализацию снегоуборочного оборудования в … году. Обладающее привлекательным дизайном и надёжными двигателями, оно сразу же приглянулось большинству отечественных покупателей.

Модельный ряд снегоуборщиков Hyundai впечатляет разнообразием. Представлены как модели ……………………………………………..

Сегодня технологии HYUNDAI известны …………………………………………….. Продукция HYUNDAI POWER PRODUCTS рассчитана на …………………………………………….. Оптимальное соотношение цены и качества ставит компанию HYUNDAI ……………………………………………..

По оценке DISCOVERY Research Group HYUNDAI входит в … ведущих брендов по количеству представленной техники. При этом, объемы поставок малогабаритных машин торговой марки HYUNDAI за последние три года выросли почти в … раз. За 2013 год объем импорт составил … машин общей стоимостью $.... млн.

Таблица . Объем поставок малогабаритных машин HYUNDAI в Россию в 2009-2013гг., шт. и $ тыс.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **2011** | **2012** | **2013** |
| Натуральный объем, шт. | --- | --- | --- |
| Стоимостной объем, $ тыс. | --- | --- | --- |

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС

Диаграмма . Объем и темпы прироста поставок малогабаритных снегоуборочных машин HYUNDAI в Россию в 2011-2013гг., шт. и %

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС

У компании Hyundai широкая линейка авторизированный сервисных центров.

Примеры малогабаритных снегоуборочных машин торговой марки Hyundai

|  |  |
| --- | --- |
| 6878531e611453939552aa2c1d130ad8.jpg | a55ee75040143fb8f1063a964468dc35.jpg |

КАЛИБР



В широком ассортименте на российском рынке инструмент «Калибр» появился в …. году, и успел зарекомендовать себя как — «…………………………………………….».

Часто продукция «Калибр» бывает лишена …………………………………………….. Основной упор компания ставит …………………………………………….. Хотя, конечно, ……………………………………………..

О популярности инструмента «Калибр» говорит и то, что с недавнего времени марка включена в ……………………………………………..

В 2011-2013гг. по количеству поставляемой в Россию продукции «КАЛИБР» входит в топ-20 ведущих компаний на рынке малогабаритных снегоуборщиков. В 2013 году в Россию было поставлено …. машины общим объемом $... тыс. В сравнении с 2012 годом объем импорта продукции торговой марки «Калибр» в Россию вырос на …%.

Таблица . Объем поставок малогабаритных машин «Калибр» в Россию в 2009-2013гг., шт. и $ тыс.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** |
| Натуральный объем, шт | 490 | 252 | --- | --- | --- |
| Стоимостной объем, $ тыс. | 63 | 98 | --- | --- | --- |

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС

Диаграмма . Объем и темпы прироста поставок малогабаритных снегоуборочных машин «Калибр» в Россию в 2009-2013гг., шт. и %

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС

У компании «Калибр» широкая линейка авторизированный сервисных центров.

Примеры малогабаритных снегоуборочных машин торговой марки КАЛИБР

|  |  |
| --- | --- |
| ecff5451ecba63effd1444af03795c7b.jpg | 09bba04ddcd4b91e04f3de3e848e9169.jpg |

4. Производство в России

4.1. Объем и темпы прироста производства снегоуборочной техники в России

В России налажено производство крупногабаритных машин для уборки снега в коммунальных целях и промышленных, а также навесного оборудования к различным машинам и тракторам. Сегмент малогабаритных снегоуборочных машин в России практически не представлен. Собственное производство в России есть у компании ……………………………………………., также …………………………………………….. У компании ……………………………………………. производство вынесено за пределы России.

Росстат выносит в отдельные категории производство машин для зимней очистки городов (34.10.54.820) и производство снегоочистителей роторных (29.52.30.310) и плужных (29.52.30.320). Также в отдельную категорию выделены машины для очистки путей от снега, мусора и растительности (35.20.31.150).

Официальные данные о производстве малогабаритной техники в России отсутствуют.

Производство снегоочистителей роторных и плужных

По официальным данным в 2012 году в России было произведено … плужных снегоочистителя и … роторных снегоочистителя.

Данных о производстве плужных снегоочистителей за другие годы нет. Производство осуществляется в … и … областях.

Производство роторных снегоочистителей в 2012 году … в сравнении с годом до этого: с .. единиц до .. штук, однако ……………………………………………..

Производство роторных снегоочистителей налажено в … области (небольшие объемы производства) и …. В 2012 году все производство роторных снегоочистителей в России пришлось на …………………………………………….

Диаграмма 21. Производство снегоочистителей роторных и плужных в России в 2012г., шт.

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Производство машин для зимней очистки городов

Расширение производства машин для зимней очистки городов в России отмечалось до 2011 года включительно. В 2012 году произошел спад в производстве, который продолжился в 2013 году. Всего в 2013 году было произведено … машины, что на …% меньше количества произведенных машин годом ранее.

Диаграмма 22. Объем и темпы прироста производства машин для зимней очистки городов в России в 2009 - 2013 гг., шт. и %

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

При этом важно отметить, что производство, как и сбыт, снегоуборочной техники носит сезонный характер – …………………………………………….. Зима … гг. была очень снежной, возросший спрос на снегоуборочную технику позволил сохранять объемы производства в .. раза выше традиционных для первой половины года. Зима … гг. была менее снежной, поэтому объем производства оказался меньше. В текущем сезоне ……………………………………………..

Диаграмма 23. Производство машин для зимней очистки городов в России по кварталам в 2012 - 2013 гг., шт.

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Подавляющий объем производства машин для зимней уборки дорог в России приходится на … федеральный округ. В 2013 году …% машин для уборки дорог был произведен в …, а именно … единиц продукции. В сравнении с 2012 годом производство ……………………………………………..

На втором месте по объему производства снегоуборочной техники для очистки дорог находятся ……………………………………………. (…% и … машин) и ……………………………………………. (…% и … машины). В сравнении с 2012 годом в … округе производство ……………………………………………., а ……………………………………………..

Диаграмма 24. Структура производства машин для зимней очистки городов в России по федеральным округам в 2013г., %

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Производство машин для очистки путей от снега, мусора и растительности

В 2012 году в России было произведено ... машин для очистки путей от снега, мусора и растительности. В сравнении с 2011 годом объем производства …………………………………………….. Основной объем производства приходится на ……………………………………………..

4.2. Основные производители снегоуборочной техники в России

По данным специализированного журнала «Основные средства», в России порядка … компаний занимаются производством навесного оборудования для уборки снега. Рассчитать структуру рынка в разбивке по производителям не представляется возможным – сообщаемая компаниями информация превышает данные официальной статистики.

Таблица с ключевыми характеристиками отечественных производителей снегоуборочной техники приведена в Приложении 3.

Данные производители выделены исходя из статистических данных по объемам производства снегоуборочной техники по регионам. К ним приведена краткая характеристика производимого оборудования, а также указаны координаты завода.

Производители малогабаритных машин

Производство малогабаритных снегоуборочных машин в России осуществляет только одна компания – «Мобил и К». Совместное российско-китайское производство налажено в компании «Академия инструмента» (ТМ «Целина»).

**ООО «Мобил К»**

Компания «Мобил К» была основана в 1993 году. Является единственным в России производителем снегоуборочного оборудования. Также производит …………………………………………….

С 2009 года на производственных мощностях компании стали производить …………………………………………….

В 2010 года компания провела массовые инвестиции по замене большей части производственных мощностей (…………………………………………….). В феврале 2011 г был запущен новый сборочный цех.

В 2012 году началось производство …………………………………………….. Производство сконцентрировано на основном заводе в г.Гагарине и осуществляется по полному циклу.

В 2013 году было построено новое современное здание общей площадью 3000 кв.м. Внутри разместился склад, а также флагманский магазин площадью 500 кв.м.

Также в 2013 году компания начала развивать совместный проект с …………………………………………….. Это сборка на базе предприятия …………………………………………….. «Мобил К» предлагаем модель …………………………………………….. Другая новинка — …………………………………………….. Оба мотоблока относятся к классу ……………………………………………..

«На мотоблоки мы стараемся ставить …………………………………………….r. Вскоре у нас появятся машины с …………………………………………….. Двигатель …………………………………………….», - рассказывает руководитель компании «Мобил К» Григорий Кораблев.

Ещё одно новое изделие — ……………………………………………., в котором используется …………………………………………….. На снегоуборщик ставится ……………………………………………..

По собственной оценке компании по основным навесным орудиям им принадлежит порядка ..% российского рынка. Есть эксклюзивные вещи, по которым компания занимает все 100%, подобные изделия никто не производит. «Европейской навески на нашем рынке …………………………………………….. Остальное частично везётся из …………………………………………….. В последнее время появилось много …………………………………………….. Как правило, такие навесные орудия изготавливают из …………………………………………….. Их стало так много, что они борются друг с другом за …………………………………………….», - комментирует руководитель компании.

**ООО «Академия инструмента»**

Компания начинала работать в качестве оптовой, собственное производство было открыто в 2005 году. «Академия инструмента» имеет тесные связи с китайскими производителями – по её чертежам китайская ……………………………………………. осуществляет сборку части продукции на территории Китая.

Компания заботится о качестве используемого в производстве сырья, поэтому сотрудничает только с надежными поставщиками: …………………………………………….. Все используемые в производстве материалы имеют сертификаты соответствия и сертификаты качества.

Сегодня площадь производственно-складского комплекса — это 5000 кв.м, по сравнению с 2003 г. она увеличилась в 2, 5 раза. Производственная мощность составляет … единиц навесного оборудования в год. Вся продукция производится только по утвержденным техническим условиям.

В 2013 году в Россию было завезено … малогабаритной снегоуборочной техники торговой марки ЦЕЛИНА общей стоимостью $... млн., объем экспорта совсем незначителен – всего … единицы техники. Также в 2013 году было поставлено … единиц навесного оборудования этой торговой марки.

Таблица . Объем поставок и экспорта ООО «Академия Инструмента» (ТМ Целина) в 2009-2013гг., шт. и $ тыс.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** |
| **В натуральном выражении, шт.** | | | | | | |
| **Импорт** | Малогабаритная машина | 462 | 1006 | --- |  | --- |
| Навесное оборудование |  |  | --- | --- | --- |
| **Экспорт** | Малогабаритная машина |  |  |  |  | -- |
| **В стоимостном выражении, $ тыс.** | | | | | | |
| **Импорт** | Малогабаритная машина | 209 | 417 | --- |  | --- |
| Навесное оборудование |  |  | --- | --- | --- |
| **Экспорт** | Малогабаритная машина |  |  |  |  | --- |

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФТС

Компания АКАДЕМИЯ ИНСТРУМЕНТА — один из крупнейших оптовых поставщиков садово-парковой техники, электро- и бензоинструмента на …………………………………………….. Для ……………………………………………., компания поставляет весь ассортимент товара, необходимый как на дачном участке, так и в быту.

Компания АКАДЕМИЯ ИНСТРУМЕНТА — это широкая сеть …………………………………………….. Сегодня компания имеет … собственных розничных магазина и … магазинов, которые …………………………………………….. Расположены магазины в ……………………………………………..

Компания АКАДЕМИЯ ИНСТРУМЕНТА развивает …………………………………………….. Сегодня компания имеет …………………………………………….. В выставочном зале представлена вся производимая и импортируемая компанией продукция. В ближайшее время планируется открытие сервисного центра.

Компания АКАДЕМИЯ ИНСТРУМЕНТА имеет собственный сервисный центр в … рядом с центральным офисом, а также является авторизованным сервисным центром и осуществляет гарантийный ремонт садово-парковой техники, электро- и бензоинструмента различных торговых марок. Наличие в сервисном центре всех необходимых запчастей позволяет выполнять гарантийный и послегарантийный ремонт оборудования в максимально сжатые сроки. В 2006 г. и в 2009 г. сервисный центр компании был сертифицирован центром экспертизы и сертификации. Это является подтверждением высокого качества его работы. Клиенты из других регионов для удобства и быстроты решения вопросов, связанных с гарантийным и послегарантийным обслуживанием, имеют возможность обращаться в ближайшие сервисные центры компании в ……………………………………………..

5. Импортно-экспортные операции на российском рынке

В данном исследовании, в структуру снегоуборочных машин включаются все снегоуборочные машины, импортируемые в Россию: самоходные/несамоходные, плужные/роторные, малогабаритные/крупногабаритные и другие, а также навесное снегоуборочное оборудование. Для анализа использовались следующие таможенные коды: 8705 и 8430.

5.1. Импорт снегоуборочной техники

В 2013 году в Россию было импортировано более … тыс. различной снегоуборочной техники – машин разного типа и навесного оборудования для уборки снега. В сравнении с предыдущим годом объем импорт в натуральном выражении ……………………………………………. В стоимостном выражении объем импорта составил $... млн. (…% в сравнении с предыдущим годом).

Таблица 19. Импорт снегоуборочной техники в Россию в 2009-2013гг. по товарным группам, тыс. шт. и $ тыс.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** |
| **В натуральном выражении, штук** | | | | | |
| **Импорт всего:** | **5 054** | **27 272** | **---** | **---** | **---** |
| Крупногабаритная техника | 29 | 54 | **---** | **---** | **---** |
| Малогабаритная техника | 4 030 | 23 964 | **---** | **---** | **---** |
| Навесное оборудование | 995 | 3 254 | **---** | **---** | **---** |
| **В стоимостном выражении, $ тыс.** | | | | | |
| **Импорт всего:** | **6 064** | **20 496** | **---** | **---** | **---** |
| Крупногабаритная техника | 273 | 283 | **---** | **---** | **---** |
| Малогабаритная техника | 1 961 | 11 231 | **---** | **---** | **---** |
| Навесное оборудование | 3 830 | 8 982 | **---** | **---** | **---** |

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

В структуре российского импорта техники для уборки снега подавляющая часть приходится на …………………………………………….. В России производством снегоуборочной техники этой категории занимается только «Мобил К», однако объемы производства совершенно незначительны, поэтому более 99% российского рынка снегоуборочной техники малых габаритов составляет продукция импортного производства.

Таким образом, в 2013 году в структуре российского импорта в натуральном выражении снегоуборочная малогабаритная техника составила …%, …% приходится на навесное оборудование и …% на крупногабаритную технику.

В стоимостном выражении структура импорта по товарным категориям отличается: ……………………………………………..

Диаграмма 25. Структура импорта снегоуборочной техники в Россию по товарным категориям в 2013г., в %

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

Российский импорт снегоуборочной техники состоит из продукции китайского (…% в натуральном выражении) и американского производства (…% в натуральном выражении).

В стоимостном объеме импорта доля китайской снегоуборочной техники ниже из-за низкой стоимости продукции китайского производства.

Таблица 20. Импорт снегоуборочной техники в Россию по стране происхождения в 2012-2013гг., тыс. шт. и $ тыс.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2012** | | **2013** | | **2013 к 2012, в %** | |
| **Тыс. шт.** | **$ млн.** | **Тыс. шт.** | **$ млн.** | **В шт.** | **В $** |
| КИТАЙ | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| США | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ЯПОНИЯ | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ВЕНГРИЯ | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ИТАЛИЯ | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ФИНЛЯНДИЯ | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| КАНАДА | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ПОЛЬША | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ГЕРМАНИЯ | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ФРАНЦИЯ | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ПРОЧИЕ | --- | --- | --- | --- | --- | --- |

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

Диаграмма 26. Структура импорта снегоуборочной техники в Россию по стране происхождения, в %

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

Импорт крупногабаритных машин

Импорт крупногабаритных машин для уборки снега в Россию в 2009-2013 гг. незначителен. Российский рынок в основном состоит из машин отечественного производства. Практически все импортируемые снегоуборщики ……………………………………………..

В 2013 году в Россию было ввезено … единиц крупногабаритной техники для уборки снега с улиц, денежный объем импорта составил $... тыс. В сравнении с 2012 годом количество поставленной техники ……………………………………………...

Таблица 21. Импорт крупногабаритных снегоуборочных машин в Россию в 2009-2013гг., в шт. и $ тыс.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** |
| В шт. | 29 | 54 | --- | --- | --- |
| Прирост, в % |  | 186% | --- | --- | --- |
| В $ тыс. | 273 | 283 | --- | --- | --- |
| Прирост, в % |  | 104% | --- | --- | --- |

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

Структура поставок крупногабаритной снегоуборочной техники по странам различается из года в год. В 2009-2013 гг. постоянно завозится техника, произведенная в …, причем в 2013 году подавляющая часть импорта пришлось именно на эту страну. В тоже время в 2012 году было ввезено много машин … производства.

Таблица 22. Импорт крупногабаритных снегоуборочных машин в Россию по стране происхождения в 2009-2013гг., шт. и $ тыс.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2009** | | **2010** | | **2011** | | **2012** | | **2013** | |
| **Шт.** | **$ тыс.** | **Шт.** | **$ тыс.** | **Шт.** | **$ тыс.** | **Шт.** | **$ тыс.** | **Шт.** | **$ тыс.** |
| БЕЛАРУСЬ | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| КАНАДА | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| КИТАЙ | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| НОРВЕГИЯ | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ФИНЛЯНДИЯ | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ЯПОНИЯ | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ИМПОРТ ВСЕГО:** | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

В 2013 году подавляющая доля импорта крупногабаритных снегоуборочных машин приходится на продукцию … производства – …% от объема в натуральном и стоимостном выражении.

Диаграмма 27. Структура импорта крупногабаритных снегоуборочных машин в Россию по стране происхождения в 2013гг., %

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

Основные марки импортируемой крупногабаритной снегоуборочной техники на российский рынок:

* NIIGATA
* HTR
* KOMATSU
* NICHIJO
* NISSEKI
* TCM

В натуральном объеме импорта в 2013 году на долю этих торговых марок приходится …% поставок. Больше всего было ввезено крупногабаритных машин для уборки снега марок: NIIGATA (…%, … шт.), HTR (…%, … шт.), KOMATSU (…%, … шт.) и NICHIJO (…%, … шт.).

Диаграмма 28. Структура импорта крупногабаритных снегоуборочных машин в Россию по торговым маркам в 2013г., в % от натурального объема

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

В стоимостном объеме импорта в Россию в 2013 году на долю лидирующих марок приходится …% поставок. Больше всего было ввезено техники торговых марок: NICHIJO (…%, $... тыс.), NIIGATA (…%, $... тыс.), NISSEKI (..%, $ .. тыс.), HTR (…%, $... тыс.) и TCM (…%, $.. тыс.).

Диаграмма 29. Структура импорта крупногабаритных снегоуборочных машин в Россию по торговым маркам в 2013г., в % от стоимостного объема

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

Ежегодно на протяжении последних пяти лет в Россию поставляются крупногабаритные машины торговых марок …………………………………………….. Совокупно за 2009-2013гг. в Россию было завезено … машин данных торговых марок (…% от всей ввезенной за этот период техники) общей стоимостью $ … тыс. (…% совокупного объема импорта).

Основной поток импорта крупногабаритной техники направлен на Дальний Восток – Камчатский край, Приморский край, Сахалинскую область – в три этих региона ежегодно поставляются машины для уборки дорог от снега. В 2013 году основной поток машин для уборки снега крупных габаритов пришелся на эти регионы (..% импорта).

Диаграмма 30. Структура импорта крупногабаритных снегоуборочных машин в Россию по региону получения в 2013г., в %

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

Подводя итог, импорт крупногабаритной техники для уборки снега в Россию незначителен – менее … единиц продукции в 2013 году. Больше всего в Россию ввозится машин … производства для обслуживания нужд прилегающих регионов, львиную долю импорта составляет техника, бывшая в употреблении. Основные марки, импортируемой снегоуборочной техники больших габаритов – NICHIJO, NIIGATA, NISSEKI, HTR, KOMATSU, TCM.

Импорт малогабаритных машин

Основной объем импорта снегоуборочной техники приходится на малогабаритные машины для уборки снега. Поскольку в России практически отсутствует производство этого вида машин, весь рынок составляет продукция импортного производства.

Начиная с 2011 года отмечает бум спроса на бытовые снегоуборщики. Если в 2009 году в Россию было ввезено всего … тыс. снегоуборочных машин малых габаритов, то уже в 2011 году объем импорта составлял … тыс. штук. В последние два года темпы роста импорта сократились, в среднем поставки увеличиваются на …% в год.

В 2013 году в Россию было ввезено более … тыс. малогабаритных машин для уборки снега, денежный объем импорта составил $... млн. В сравнении с 2012 годом количество поставленной техники увеличилось на …%.

Всего же за рассмотренных пятилетний период с 2009 по 2013 год в Россию было поставлено почти … снегоуборочных машин малых габаритов. Однако не вся техника используется в личных целях, малогабаритные машины в последние годы стали активно использоваться для уборки тротуаров и дворовых территорий.

Таблица 23. Импорт малогабаритных снегоуборочных машин в Россию в 2009-2013гг., тыс. шт. и $ млн.

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2009** | **2010** | **2011** | **2012** | **2013** |
| В тыс. шт. | --- | --- | --- | --- | --- |
| Прирост, в % |  | --- | --- | --- | --- |
| В $ млн. | --- | --- | --- | --- | --- |
| Прирост, в % |  | --- | --- | --- | --- |

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

Основной объем импорта малогабаритных снегоуборочных машин традиционно приходится на две страны:

* КИТАЙ
* США

На протяжении последних пяти лет на долю этих двух стран приходится более …% импорта малогабаритных машин в натуральном выражении и более …% в стоимостном объеме импорта.

Таблица 24. Импорт малогабаритных снегоуборочных машин в Россию по стране происхождения в 2009-2013гг., тыс. шт. и $ млн.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2009** | | **2010** | | **2011** | | **2012** | | **2013** | |
| **Тыс. шт.** | **$ млн.** | **Тыс. шт.** | **$ млн.** | **Тыс. шт.** | **$ млн.** | **Тыс. шт.** | **$ млн.** | **Тыс. шт.** | **$ млн.** |
| КИТАЙ | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| США | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ЯПОНИЯ | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ВЕНГРИЯ | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ПРОЧИЕ | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

В 2013 году подавляющая доля импорта малогабаритных снегоуборочных машин также приходится на продукцию китайского и американского производства. На долю продукции китайского производства приходится …% импорта в натуральном выражении и …% в стоимостном, продукция американского производства составляет …% в натуральном выражении и …% в стоимостном.

Снегоуборочные машины, произведенные в США, отличаются от китайских ……………………………………………..

Диаграмма 31. Структура импорта малогабаритных снегоуборочных машин в Россию по стране происхождения в 2013гг., %

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС

Всего за рассмотренный период было поставлено малогабаритных машин для уборки снега … различных торговых марок. Наиболее крупные марки импортируемой малогабаритной снегоуборочной техники на российский рынок:

Приложение 2. Российский рынок тракторов

Динамика рынка навесного оборудования для уборки снега во многом зависит от динамики внутреннего рынка тракторов и коммунальных машин (на что осуществляется навеска оборудования). Навесное оборудование может приобретаться как для новой техники (в комплекте с трактором), так и для уже находящейся в эксплуатации.

Тракторы сельскохозяйственного назначения составляют порядка …% российского рынка тракторов. По мнению экспертов, парк сельскохозяйственной техники России является устаревшим: до …% техники изношено физически. Тем не менее, эксперты предполагают постепенный рост спроса на различные типы сельскохозяйственного оборудования. По расчетам DISCOVERY Research Group в 2013 г. объем рынка тракторов составит … тыс. шт.

Кроме того, следует отметить, что согласно главе 4 «Техническая и технологическая модернизация, инновационное развитие» государственной программы по развитию сельскохозяйственной отрасли в 2013-2020 гг., сельскохозяйственными организациями будет приобретено … тыс. тракторов за данный период. Однако в 2010 году сельхозпредприятия приобрели ……………………………………………. Следовательно, стоит ожидать …………………………………………….

По прогнозу Ассоциации «Росагромаш», базовый сценарий развития рынка в России до 2020 года предполагает последовательный рост по основным видам сельхозмашин. Увеличение спроса на тракторы к 2020 году ожидается на уровне …% и … тыс. шт.

Таблица 34. Ожидаемые результаты реализации государственной программы по развитию сельскохозяйственной отрасли в 2013-2020 гг., тыс. шт.

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Объемы приобретения новой техники сельскохозяйственными организациями** | **2010 отч.** | **2013 г. перв.** | **2014** | **2015** | **2016** | **2017** | **2018** | **2019** | **2020** |
| тракторы | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |

Источник: Подпрограмма «Техническая и технологическая модернизация, инновационное развитие»

Приложение 3. Характеристики российских производителей

Таблица 35. Основные производители снегоуборочной техники в России: краткая характеристика

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Компания** | **Регион** | **Снегоуборочная техника (\*\*\*)** | **Класс (\*)** | **Адрес** | **Сайт** |
| ООО «Мобил К» | Смоленская область | --- | Малые, навесные | --- | --- |
| ОАО «Завод Комплексные Дорожные Машины имени М. И. Калинина» | Смоленская область | Комбинированные дорожные машины | Тяжелые, Навесные, | --- | --- |
| ООО «Академия инструмента» (\*\*) | Пермский край | Мотоблоки «Целина» | Малые | --- | --- |
| ОАО «ЗИД» (Завод им.Дегтярева) | Владимирская область | Оборудование навесное для мотоблоков (отвалы и снегоуборщики на базе мотоблоков) | Навесные | --- | --- |
| ООО «Техстроймаш» | Ленинградская область | Производимые заводом снегоочистители фрезерно-роторные для навески на тяжелые тракторы предназначены для прокладывания дорог в снежной целине и очистки внутригородских, шоссейных и железных дорог от наносов свежевыпавшего и плотного снега | Тяжелые | --- | --- |
| --- | --- | --- | Тяжелые, навесные | --- | --- |
| --- | --- | --- | Тяжелые, навесные | --- | --- |
| --- | --- | --- | Тяжелые | --- | --- |
| --- | --- | --- | Тяжелые | --- | --- |
| --- | --- | --- | Навесное | --- | --- |
| --- | --- | --- | Тяжелые | --- | --- |
| --- | --- | --- | Тяжелые, навесные | --- | --- |
| --- | --- | --- | Навесные | --- | --- |
| --- | --- | --- | Тяжелые, навесные | --- | --- |
| --- | --- | --- | Тяжелые, навесные | --- | --- |
| --- | --- | --- | Тяжелые, навесные | --- | --- |
| --- | --- | --- | Тяжелые | --- | --- |

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

**Комментарий к таблице:**

(\*) – условные обозначения:

тяжелое – оборудование используется для комплектования производимых данной компанией тяжелых машин (тягловые тракторы, бульдозеры, автогрейдеры),

малое – оборудование используется для эксплуатации на приусадебных участках и в малогабаритных уборочных машинах,

навесное – компания производит только навески для уже известных марок машин, не осуществляя сборки готовых уборочных машин

(\*\*) - часть производства находится в Китае

(\*\*\*) - Комбинированные дорожные машины – техника, предназначенная для всесезонного использования по содержанию городских дорог с асфальтовым и бетонным покрытием. В летний период данные машины используются с поливомоечным оборудованием (мойка дорог, прилотковой полосы и полив зеленых насаждений), в зимний - с пескоразбрасывающим оборудованием для посыпки инертными материалами или антигололедными реагентами поверхности тротуаров и дорог, а также для очистки дорожного полотна от свежевыпавшего снега плужно-щеточным оборудованием.

**Агентство маркетинговых исследований**

**DISCOVERY RESEARCH GROUP**

**125448, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 2, 2 этаж**

**БЦ «Головинские пруды»**

**Тел. +7 (495) 601-91-49, (495) 968-13-14**

**Факс: +7 (495) 601-91-49**

**e-mail: research@drgroup.ru**

**www.drgroup.ru**

**Схема проезда**