

# Рынок автодорожного строительства: конкурентные стратегии и стратегии продвижения компаний

**ДЕКАБРЬ 2016**

*Маркетинговый анализ 100 ведущих компаний отрасли*

**[Simple Analytics]**

Россия  
г. Москва

+7 (499) 110-34-49

[www.simple-analytics.com](http://www.simple-analytics.com)  
[info@simple-analytics.com](mailto:info@simple-analytics.com)

# Оглавление

---

Executive Summary

Предисловие

Структура маркетингового исследования

Объем рынка. Тенденции рынка. Структура рынка

Конкуренция на рынке автодорожного строительства

Доля рынка ключевых компаний

Рост выручки ключевых компаний

Рентабельность продаж и факторы конкурентоспособности

Результаты тендеров (% заключенных сделок)

Анализ дебиторской задолженности ключевых компаний

Конкурентная модель Портера

Производительность труда в автодорожном строительстве

Продвижение бренда: рейтинг компаний

Стратегии позиционирования компаний

Ошибки в стратегиях позиционирования компаний

Маркетинговые коммуникации и точки контакта

Конкурентный анализ: навигатор по показателям

Конкурентный анализ компаний (TOP-100 отрасли)

Вместо заключения

О маркетинговом агентстве Simple Analytics

E-mail – рассылка маркетинговых обзоров

Приложение #1. Перечень компаний, включенных в маркетинговое исследование

Приложение #2. О модели «Пентаграмма Брендинга»

Приложение #3. Совладельцы компаний, включенных в маркетинговое исследование

Приложение #4. Объем рынка в разрезе регионов РФ, 2015 г., оценка 2016 г., прогноз на 2017 г.

Приложение #5. Размер выручки компаний автодорожного строительства в разрезе регионов РФ, 2015 г., оценка 2016 г., прогноз на 2017 г.

Приложение #6. Реестр крупных проектов в сфере автотранспортного строительства на условиях государственно-частного партнерства

Маркетинговое исследование, которое расскажет Вам очень многое о маркетинге и продажах конкурентов и партнеров.

# Предисловие

---

Маркетинговое агентство [Simple Analytics] представляет Вашему вниманию исследование «Рынок автодорожного строительства: конкурентные стратегии и стратегии продвижения компаний», в котором объединен подробный анализ рынка *автодорожного строительства*, а также конкурентный и маркетинговый анализ компаний отрасли, специализирующихся на:

- строительстве автомагистралей, автомобильных дорог (в том числе улично-дорожных сетей, тротуаров и пешеходных дорожек, а также элементов их обустройства);
- устройстве дорожных одежд и покрытий на автомобильных дорогах, в том числе улично-дорожных сетей, мостов или тоннелей;
- устройстве дорожной вертикальной и горизонтальной разметки;
- установке дорожных ограждений, сигнальных столбиков и дорожных знаков;
- строительно-монтажных и пусконаладочных работах по оснащению инженерно-техническими средствами (системами) обеспечения транспортной безопасности.

В маркетинговое исследование не включены данные по компаниям, занимающихся установкой уличного освещения и светофоров, а также компаниям, выполняющим архитектурные работы, проектные работы, инженерные работы и инженерные изыскания в сфере автодорожного строительства<sup>1</sup>. Также не рассматриваются компании, занимающиеся отдельно управлением проектами строительства, выполнением строительного контроля и авторского надзора в сфере автодорожного строительства.

Маркетинговое исследование отражает современное состояние, тенденции и прогноз развития российского рынка *автодорожного строительства*. А также содержит конкурентный анализ **100 ведущих компаний** этой отрасли в части ключевых показателей маркетинга и продаж.

В основе каждого индивидуального маркетингового анализа компании заложена модель ПЕНТАГРАММА БРЕНДА, разработанная маркетинговым агентством [Simple Analytics] и сравнительный анализ по ключевым *опережающим маркетинговым показателям*. Также в исследовании Вы найдете прогноз тенденции ключевых маркетинговых показателей (выручка, доля рынка, доля выигранных тендеров, относительный темп роста выручки, рентабельность продаж и т.д.) на краткосрочную перспективу (1-2 года) для каждой из рассмотренной компании и для рынка автодорожного строительства в целом.

В этом маркетинговом исследовании представлены графики, статистика, маркетинговые и рыночные показатели, письменные комментарии и выводы о применяемых компаниями исследуемой рыночной ниши стратегиях позиционирования, а также данные о рыночном положении каждой из рассматриваемых компаний (конкурентов и партнеров).

Также, купив данный маркетинговый обзор, в течение следующих трех месяцев Вы сможете воспользоваться следующими дополнительными услугами:

---

<sup>1</sup> подробнее об этих компаниях см. маркетинговое исследование «Рынок проектных работ в гражданском и промышленном строительстве. Конкурентные стратегии и стратегии позиционирования компаний»

- Если Вы считаете, что определенная компания отсутствует в данном маркетинговом исследовании, свяжитесь с нами по электронному адресу [info@simple-analytics.com](mailto:info@simple-analytics.com). Мы исправим этот недочет и пришлем Вам маркетинговые показатели по данной компании бесплатно.
- Если в Вашей компании появились обновленные данные, свяжитесь с нами, и мы предоставим Вам обновленный отчет бесплатно.

Мы уверены, что данное маркетинговое исследование поможет Вам лучше осознать важность стратегий позиционирования и лучше понимать используемые в Вашем бизнесе различными компаниями конкурентные стратегии.

Данный обзор поможет Вам в понимании сложившегося конкурентного окружения на рынке *автомобильного строительства* и сделать необходимые выводы в части разработки собственной стратегии позиционирования по отношению к конкурентам.

# Структура маркетингового исследования

---

Основной задачей данного маркетингового исследования является помощь маркетологам и менеджерам в первоначальной или систематической оценке рынка и компаний, работающих на российском рынке *автодорожного строительства*, в части:

- ключевых показателей маркетинга, продаж и результативности;
- применяемых маркетинговых стратегий рыночного позиционирования;
- информационной насыщенности маркетинговых сообщений;
- широты используемых каналов маркетинговых коммуникаций;
- ритмичности маркетинговых сообщений.

Данное маркетинговое исследование позволяет при минимуме затрат решить следующие маркетинговые задачи (*включая, но не ограничиваясь*):

- определить рыночную позицию своей компании по ряду маркетинговых показателей (доля рынка, относительная доля рынка, темп роста выручки, относительный темп роста выручки, доля выигранных конкурсов, уровень маркетинговых коммуникаций и т.д.);
- сравнить свою компанию с рынком в целом и с отдельно взятой компанией-конкурентом (партнером) в частности;
- определиться с рекламными и PR стратегиями компании, исключив повторяющиеся идеи конкурентов (применяемые стратегии позиционирования представлены для каждой компании, включенной в отчет);
- установить адекватные рынку плановые показатели (выручка, продажи, рентабельность и т.д.) при утверждении бизнес-плана на очередной планируемый период (актуально для компаний с разветвленной филиальной сетью);
- дополнить информацию о целесообразности сделок M&A.

Исследование охватило более девяти тысяч компаний, работающих на российском рынке *автодорожного строительства*. Из них, для **100 ведущих компаний** подготовлен базовый маркетинговый аудит (перечень компаний представлен в **ПРИЛОЖЕНИИ #1**). Компании для включения в отчет отбирались путем ранжирования по показателю выручки. **На отобранные 100 компаний приходится более X% российского рынка автодорожного строительства** (в денежном эквиваленте).

Многие из нас, являясь служащими, клиентами, поставщиками, подрядчиками, заказчиками, конкурентами, финансистами или акционерами, заинтересованы в объективной маркетинговой информации как о рынке в целом, так и об отдельных компаниях. Нам необходимо или мы просто хотим знать о любых значительных изменениях в их деятельности, и для этого нам нужны источники и «инструменты» для оценки их конкурентной позиции и конкурентоспособности в части маркетинга и продаж. Желательно, чтобы эти «инструменты» были простые в использовании. Конкурентный бенчмаркинг, а также модель ПЕНТАГРАММА БРЕНДА, представленные в данном исследовании, в совокупности с фактическим расчетом и прогнозом ключевых показателей маркетинга и продаж, является таким инструментом. Исследование направлено на то, чтобы предупредить Вас о важных изменениях рынка, а также изменениях работы компании и компаний-конкурентов в части маркетинга и продаж. Это позволит своевременно предпринять верные шаги для стабилизации или улучшения рыночного положения своей компании.

Маркетинговое агентство [Simple Analytics] разработало подход, который позволяет выявить слабые и сильные стороны компании в части маркетинга и продаж. Прогнозирование несостоятельности маркетинга и продаж компании является одной из целей исследования, т.к. маркетинг и продажи во многом определяют будущее положение компании на рынке. Подход маркетингового агентства [Simple Analytics] эффективен при маркетинговом анализе большого числа компаний. Он поможет выявить на ранней стадии появляющиеся проблемы, о которых менеджеры либо не знают, либо предпочитали их не замечать.

В маркетинговом исследовании представлен общий маркетинговый анализ отрасли **автодорожного строительства** (состояние, тенденции и прогноз), а также маркетинговый анализ 100 ведущих компаний по двум основным направлениям работы:

1. В графическом виде представлены результаты расчетов модели **ПЕНТАГРАММЫ БРЕНДА**, которые показывают, как компания позиционирует себя на рынке, каков ее уровень маркетинговых коммуникаций относительно рынка в целом (**блок маркетинга**), на сколько активно компания взаимодействует со всеми заинтересованными сторонами (заказчиками, персоналом, поставщиками, подрядчиками, представителями органов государственной власти и проч.). Подробнее о модели ПЕНТАГРАММА БРЕНДА см. **ПРИЛОЖЕНИЕ #2**;
2. Определены ключевые показатели маркетинга и сбыта (**блок продаж**).

В исследовании приведены средние отраслевые значения по всем используемым в обзоре показателям. Подробнее о включенных в исследование показателях смотрите в разделе «Бенчмаркинг: навигатор по показателям».

Для расчета рыночных показателей нами использована только достоверная информация: первичная информация, предоставляемая включенными в исследование компаниями, данные Федеральной налоговой службы РФ, данные Федеральной службы государственной статистики РФ, а также данные Единого государственного реестра юридических лиц. Нами не учитывается дополнительная публичная информация о компаниях, предоставленная для всеобщего внимания в целях улучшения их репутации. Также не учитываются комментарии прессы и аналитиков. Тем не менее, такая информация может быть использована Вами при работе с данным исследованием.

Малые и средние компании, в соответствии с федеральным законом от 29 ноября 2007 г. №282 «Об официальном статистическом учете и системе государственной статистики в Российской Федерации», предоставляют только первичные статистические данные, что обычно препятствует оценке их коммерческой деятельности. Подходы и методики маркетингового агентства [Simple Analytics] позволяют провести углубленный анализ и этих компаний.

Результаты расчетов модели **ПЕНТАГРАММА БРЕНДА** представлены в графическом виде (см. **ПРИЛОЖЕНИЕ #2**). Общая картина маркетинговой и коммерческой деятельности отдельно взятой компании отображается на одной диаграмме и в трех таблицах. Они отображают маркетинговую деятельности компании в части позиционирования бренда, темпов роста компании относительно рынка (с прогнозом тенденции), % заключенных сделок (с прогнозом тенденции) и эффективность работы с дебиторской задолженностью (также с прогнозом тенденции). Исключительно для информации представлен блок с данными по чистой прибыли. Мы считаем, что эта информация будет полезна для наших клиентов, несмотря на то, что чистая прибыль в меньшей степени формируется блоком маркетинга и продаж, а в большей степени определяется результатами операционной, финансовой и производственной деятельности.

В основе модели ПЕНТАГРАММА БРЕНДА заложен анализ состояния маркетинговой деятельности компании за определенный период времени (как правило, в течение двух последних лет). В большинстве случаев компании не теряют рыночные позиции или не оказываются в кризисном состоянии за очень короткий срок. Но признаки их неудачной работы или успеха можно увидеть при анализе их маркетинговой и коммерческой деятельности за предыдущие годы. Данное маркетинговое исследование направлено на выявление этих признаков для формирования Вашего независимого мнения о работе компании.

# Конкурентный анализ: навигатор по показателям

В предыдущих разделах маркетингового исследования приводилась информация, характеризующая сложившееся положение в маркетинге и продажах в целом по отрасли. В данном разделе представлена информация относительно каждой из 100 ведущих компаний российского рынка *автомобильного строительства*.

Общая картина маркетинговой и коммерческой деятельности отдельно взятой компании отображается на одной диаграмме и четырех таблицах в разделе «**КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ КОМПАНИЙ (TOP-100 ОТРАСЛИ)**». Показатели отражают маркетинговую деятельность компании в части позиционирования бренда, темпов роста компании относительно рынка (с прогнозом тенденции), рентабельности продаж, % заключенных сделок от общего числа тендеров (с прогнозом тенденции) и эффективности работы с дебиторской задолженностью (также с прогнозом тенденции), Приведен финансовый результат компании (также с прогнозом тенденции).

Информационный лист конкурентного анализа отдельной компании поделен на шесть разделов (рисунок 19).

Наименование компании:	АО "ТРАНСПРОЕКТ - ПРИМЕР"					I. Общая информация о компании	
Регион:	г. Верхоянск						
Генеральный директор:	Иванов А.И.						
Масштаб бизнеса:	средний бизнес						
Численность персонала:	50-100 чел.						
Сайт компании: E-mail:	<a href="http://www.компания.ru">www.компания.ru</a> <a href="mailto:info@компания.ru">info@компания.ru</a>						
Доля рынка:	0,22%					II. Рыночная доля компании	
Относительная доля рынка:	0,03						
Индекс должной осмотрительности	1					III. Ключевые индексы компании	
Индекс финансового риска	1						
I. ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ КОМПАНИИ НА РЫНКЕ							
Слоган:	xxxxx x xxxxx x x x x xx xxxx x xx					IV. Характеристика текущей стратегии позиционирования компании. Оценка маркетинговых коммуникаций компании.	
Логотип:	xxxxx x xxxxx x x x x xx xxxx x xx						
Стратегия рыночного позиционирования компании:							
II. КЛЮЧЕВЫЕ МАРКЕТИНГОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ*							
Динамика выручки и рентабельность продаж		Год				В среднем по компании за 2010-2014 гг.	В среднем по отрасли за 2010-2014 гг.
	2010	2011	2012	2013	2014		
Выручка, тыс. руб.	5	5	5	5	4	5	10
Темп роста выручки, %	-	0,0%	0,0%	-23,0%	-47,4%	-35,2%	10,0%
Относительный темп роста выручки	-	0,00	0,00	-5,59	-4,99	-13,31	10,00
Рентабельность продаж, %	0,0%	0,0%	1,0%	0,6%	4,9%	2,3%	10,0%
% заключенных сделок		Год				В среднем по компании за 2011-2015 гг.	В среднем по отрасли за 2011-2015 гг.
	2011	2012	2013	2014	2015		
Всего, в т.ч.	0%	0%	100%	0%	0%	20%	10%
Дебиторская задолженность (ДЗ)		Год				В среднем по компании за 2010-2014 гг.	В среднем по отрасли за 2010-2014 гг.
	2010	2011	2012	2013	2014		
ДЗ, тыс. руб.	2	3	4	5	6	4	10
Доля ДЗ в выручке, %	0,0%	0,0%	58,3%	64,4%	88,1%	70,4%	10,0%
Стоимость ДЗ, тыс. руб.	-	-	-	37 950,2	40 658,8	15 763,8	10,0
Динамика чистой прибыли (ЧП) (убытка)		Год				В среднем по компании за 2010-2014 гг.	В среднем по отрасли за 2010-2014 гг.
	2010	2011	2012	2013	2014		
Чистая прибыль, тыс. руб.	0	0	3 990	2 264	20 881	5 407	10
Темп роста чистой прибыли, %	-	0,0%	0,0%	-41,8%	822,3%	390,3%	10,0%
Рентабельность по ЧП, %	-	-	0,3%	0,2%	4,0%	1,5%	10,0%

\* подробнее об интерпретации ключевых маркетинговых показателей см. в разделе «Бенчмаркинг: навигатор по показателям»

Прогноз динамики анализируемого показателя на краткосрочную перспективу (один-два года)

Рисунок 1. Карта показателей маркетинга и продаж для каждой компании, включенной в маркетинговое исследование



# О маркетинговом агентстве Simple Analytics

---

Маркетинговое агентство [Simple Analytics] специализируется на проведении маркетинговых исследований и консультировании компаний, работающих на промышленных рынках, и, в частности, на рынке промышленно-инфраструктурного строительства и инжиниринга.

Мы ориентированы на работу как с транснациональными компаниями, так и на работу с локальными компаниями регионального уровня.

Ваши конкурентные преимущества при работе с нами будут основываться на комбинации локального опыта с международными стандартами качества. Мы создаем ценность для клиента основываясь на отраслевом опыте, аналитике, научном подходе, маркетинговом исследовании и консалтинговом опыте. Основываясь на этой синергии, вы конвертируете знания рынка в конструктивные шаги по повышению прибыльности вашего бизнеса и стратегического роста.

[info@simple-analytics.com](mailto:info@simple-analytics.com)  
[www.simple-analytics.com](http://www.simple-analytics.com)

+7 (499) 110-34-49

[ Simple Analytics ]  
*минимизируем маркетинговые риски*

# E-mail – рассылка маркетинговых обзоров

---

## Что делать, чтобы Ваши маркетинговые решения были лучшими?

Ответ прост. Знать тренды, разворачивающиеся на вашем рынке и рынках, связанных с вашим. А как о них узнать? В электронной рассылке **"Маркетинг на рынке промышленно-инфраструктурного строительства и инжиниринга"**.

Что такое рассылка "Маркетинг на рынке промышленно-инфраструктурного строительства и инжиниринга?"

Каждые две недели в ваш почтовый ящик будет приходить небольшое электронное письмо. Страница текста. В нем актуальная информация о тенденциях рынка, ключевых игроках, инвестиционных проектах. Читайте и актуализируйте маркетинговую стратегию.

В прошлых выпусках рассылки были эти маркетинговые обзоры:

- уровень конкуренции на промышленных рынках России;
- E-mail – рассылка, как инструмент маркетинговых коммуникаций инжиниринговой компании;
- факторы, препятствующие инновационной деятельности российских промышленных компаний;
- лидеры роста рынка промышленно-инфраструктурного строительства и инжиниринга РФ;
- укрупненная цепочка создания стоимости при строительстве промышленных и инфраструктурных объектов;
- и многие другие.

**Готовы улучшить свои маркетинговые решения? Оставляйте свой адрес электронной почты на страничке:**

**[www.simple-analytics.com/subscription](http://www.simple-analytics.com/subscription)**

[ Simple Analytics ]

*минимизируем маркетинговые риски*

