



## **Сегментация коммерческих потребителей моторных топлив**

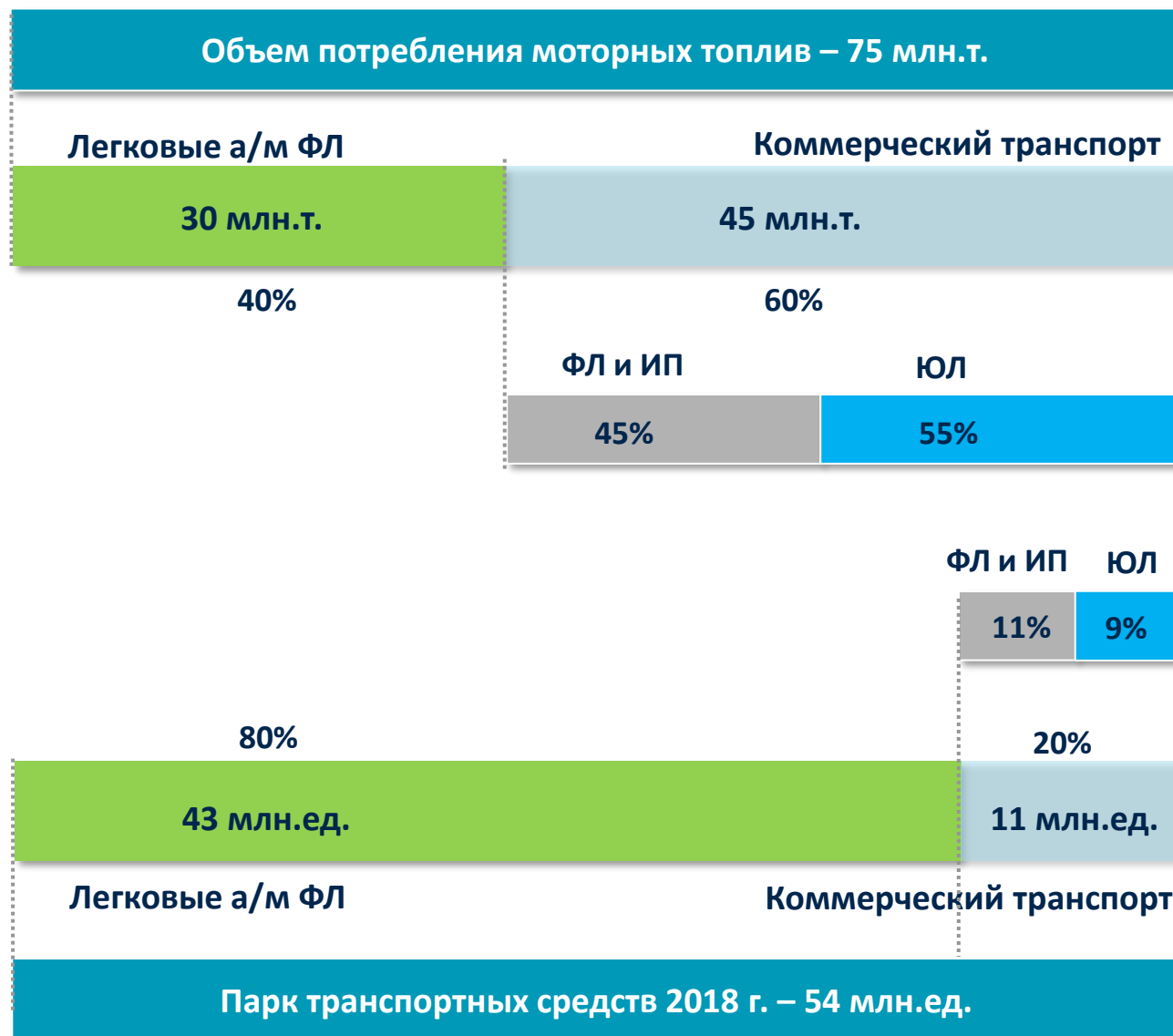
Несмотря на то, что в парке преобладает легковой транспорт физических лиц для личного потребления, в потреблении моторных топлив преобладает коммерческий транспорт, что делает именно детальное изучение коммерческого потребления первоочередной задачей при сегментации потребителей.

Общий парк насчитывает порядка **54 млн. транспортных средств**, в т.ч.

- легковой парк физических лиц для личного использования – 80%;
- коммерческий парк физических лиц – 11%;
- коммерческий парк юридических лиц – 9%.

Общий объем потребления моторных топлив автотранспортными средствами составляет порядка **75 млн. тонн**, в т.ч.

- легковой парк физических лиц для личного использования – 40%;
- коммерческий парк физических лиц – 27%;
- коммерческий парк юридических лиц – 33%.

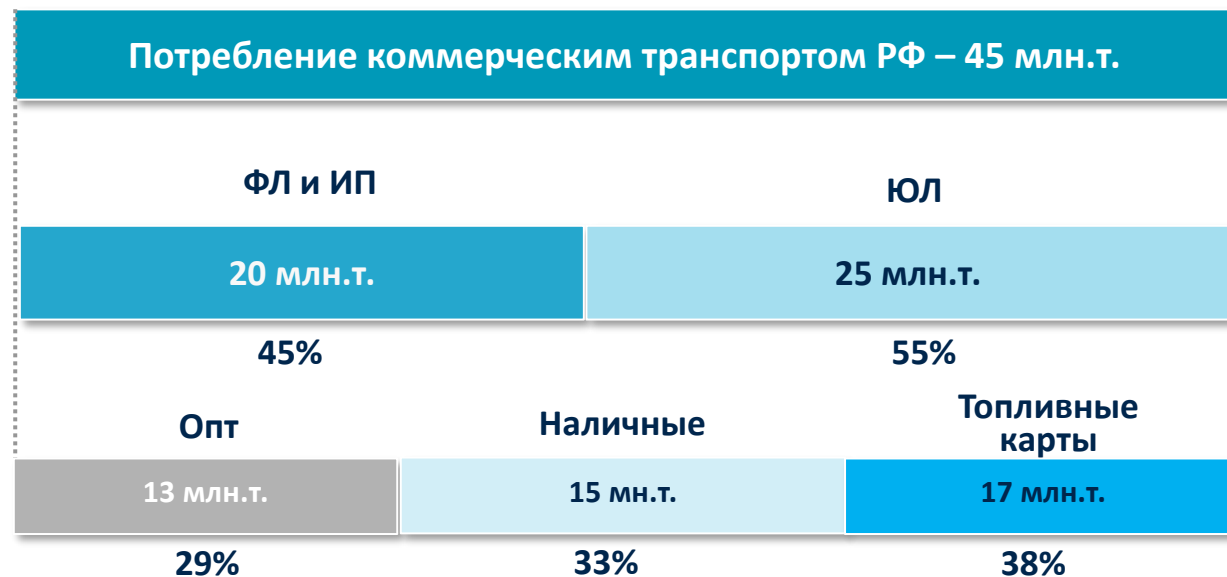


Корпоративные потребители покупают топливо, преимущественно, в розничном канале по топливным картам (38%). Оценка потенциала роста топливных карт в розничном канале и определение сегментов с максимальным потенциалом роста позволит скорректировать работу с целевыми сегментами.

Корпоративные потребители покупают топливо:

- в розничном канале по топливным картам – 38%;
- в розницу за наличные – 33%;
- оптом – 29%.

Имеет место тенденция к «обелению» бизнеса и **росту доли топливных карт** в розничном канале продаж моторных топлив **среди корпоративных потребителей.**



## Категории рассматриваемых потребителей

В рамках исследования предлагается рассмотреть **коммерческих потребителей** топлива понимается потребление топлива корпоративными потребителями - организациями и физическими лицами, эксплуатирующими транспортные средства в целях осуществления коммерческой деятельности и **обладающие потенциальной потребностью приобретения моторных топлив по топливным картам.**

- **Юридические лица** – юридические лица, эксплуатирующие коммерческий транспорт и легковые автомобили.
- **Индивидуальные предприниматели** – физические лица с регистрацией ИП, эксплуатирующие транспортные средства коммерческого назначения: микроавтобусы, автобусы, грузовые а/м (в т.ч. легкие грузовики до 3,5 т.) и легковые автомобили (только для такси).
- **Физические лица** - физические лица, осуществляющие коммерческую деятельность без регистрации ИП и эксплуатирующие транспортные средства коммерческого назначения: микроавтобусы, автобусы, грузовые а/м (в т.ч. легкие грузовики до 3,5 т.) и легковые автомобили (только для такси).



## Продуктовый и географический периметр проекта

### Продукты

- Автомобильные бензины суммарно, без выделения октана
- Дизельное топливо суммарно, без выделения видов
- СУГ суммарно, без выделения фракций



### Регионы

- РФ
- Федеральные округа
- Любой субъект РФ







### Оплата

- Розница наличные
- Розница топливные карты
- Опт безнал
- Потенциальные топливные карты



## Сегменты потребителей

### Вариант 1: Функциональные особенности

<b>Госсектор</b>		<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Государственные учреждения и организации.</li><li>▪ Основные виды деятельности для гос.учреждений: органы управления; школы, училища, ВУЗы; пенсионные фонды; обеспечение безопасности в чрезвычайных ситуациях; водоканалы; налоговые органы; пожарные части; тюрьмы и другие места лишения свободы; суды и т.п.</li></ul>
<b>Грузовые городские перевозки</b>		<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Вид деятельности – деятельность почтовой связи, курьерская деятельность, доставка.</li></ul>
<b>Грузовые региональные перевозки</b>		<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Вид деятельности - деятельность автомобильного грузового транспорта и услуги по перевозкам, в т.ч. деятельность вспомогательную прочую, связанную с перевозками и аренду грузового транспорта.</li><li>▪ Дальность перевозок - межрегиональные и международные.</li></ul>
<b>Грузовые межрегиональные перевозки</b>		<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Вид деятельности - деятельность автомобильного грузового транспорта и услуги по перевозкам, в т.ч. деятельность вспомогательная прочая, связанная с перевозками и арендой грузовых а/м.</li><li>▪ Дальность перевозок – региональные.</li></ul>
<b>Такси</b>		<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Вид деятельности – деятельность такси.</li></ul>
<b>Пассажирские региональные перевозки</b>		<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Вид деятельности - деятельность прочего сухопутного пассажирского транспорта.</li><li>▪ Дальность перевозок - межрегиональные и международные.</li></ul>
<b>Пассажирские межрегиональные перевозки</b>		<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Вид деятельности - деятельность прочего сухопутного пассажирского транспорта.</li><li>▪ Дальность перевозок - региональные.</li></ul>
<b>Вспомогательные транспорт</b>		<ul style="list-style-type: none"><li>▪ Вид деятельности – не вошедшие в сегменты выше.</li></ul>



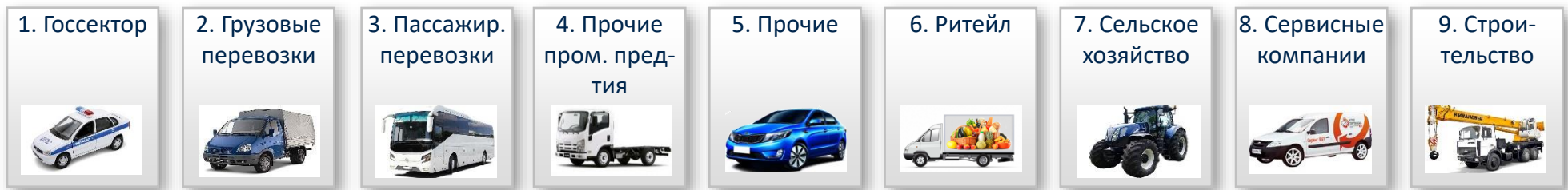
## Сегменты потребителей

### Вариант 2: Виды экономической деятельности

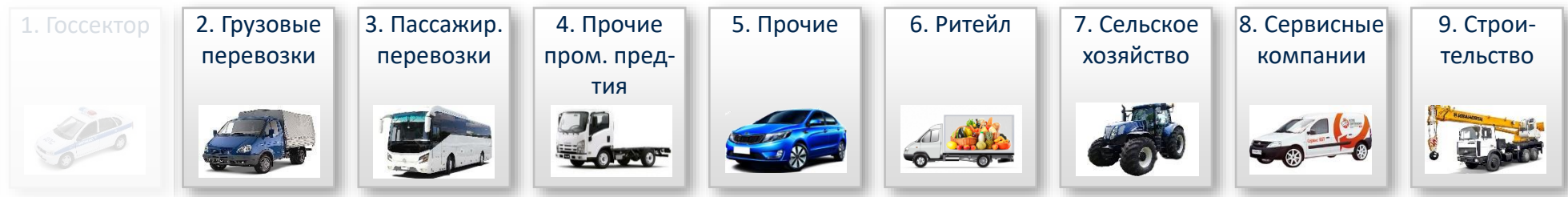
В качестве сегментирующих критериев приняты виды экономической деятельности.

Основное преимущество сегментации потребителей по видам экономической деятельности - возможность эконометрического моделирования спроса и прогнозирования потребления моторных топлив в разрезе сегментов.

- **Сегменты юридических лиц :**



- **Сегменты коммерческого транспорта физических лиц:**



Возможна сегментация по любым критериям Заказчика в соответствии с принятым учетом собственных продаж.



## Типы транспортных средств

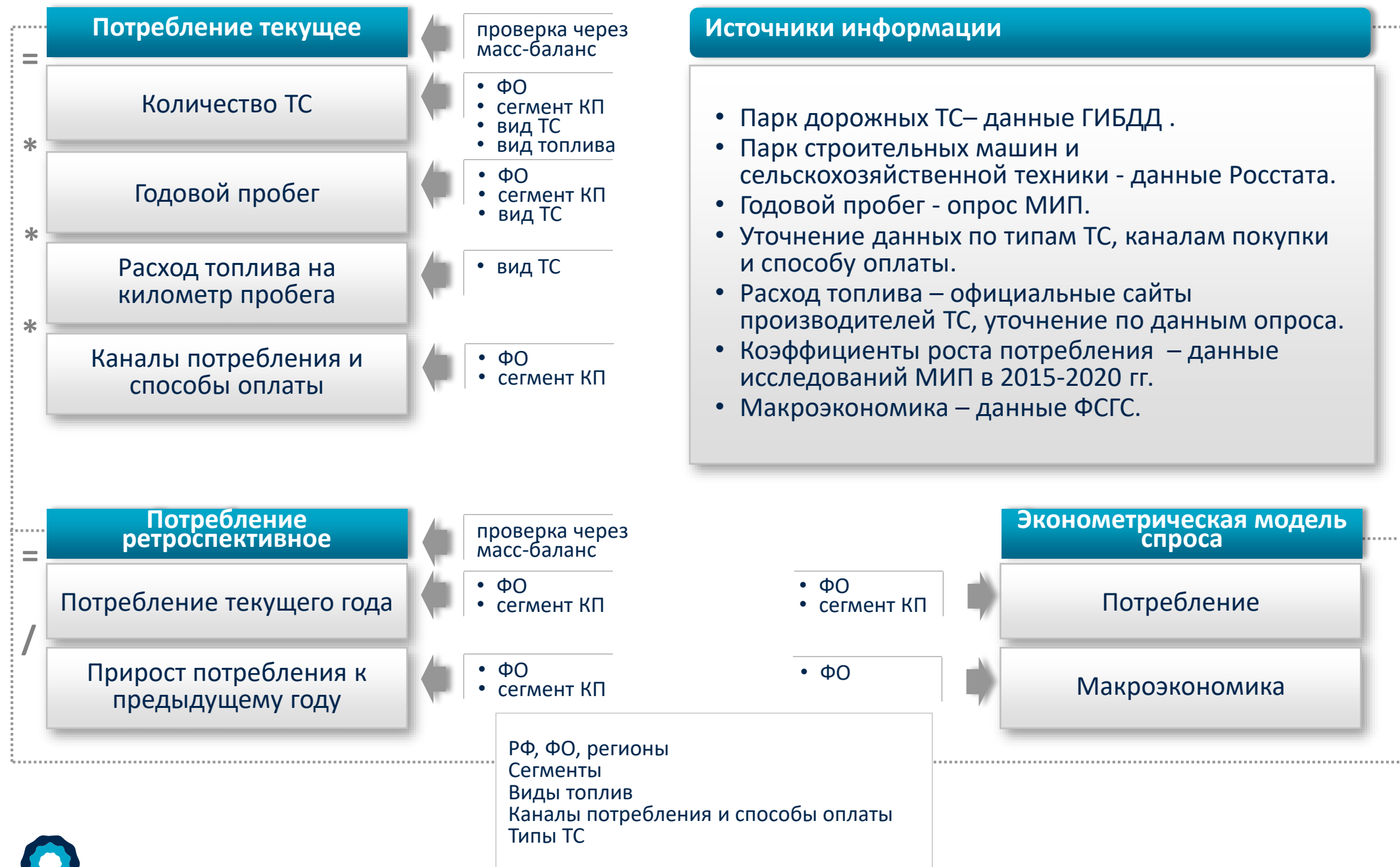
Для всех сегментов корпоративных потребителей выделяются следующие типы транспортных средств:





# Потребление моторных топлив за ретроспективный период

## Подходы к расчету



# Прогноз потребления моторных топлив на 10 лет

## Подходы к расчету



## Источники информации

- Эконометрические модели спроса МИП.
- Макроэкономика – прогноз МИП.
- Стратегии развития ФО – данные Министерств экономического развития и администраций регионов.

## Основные подходы

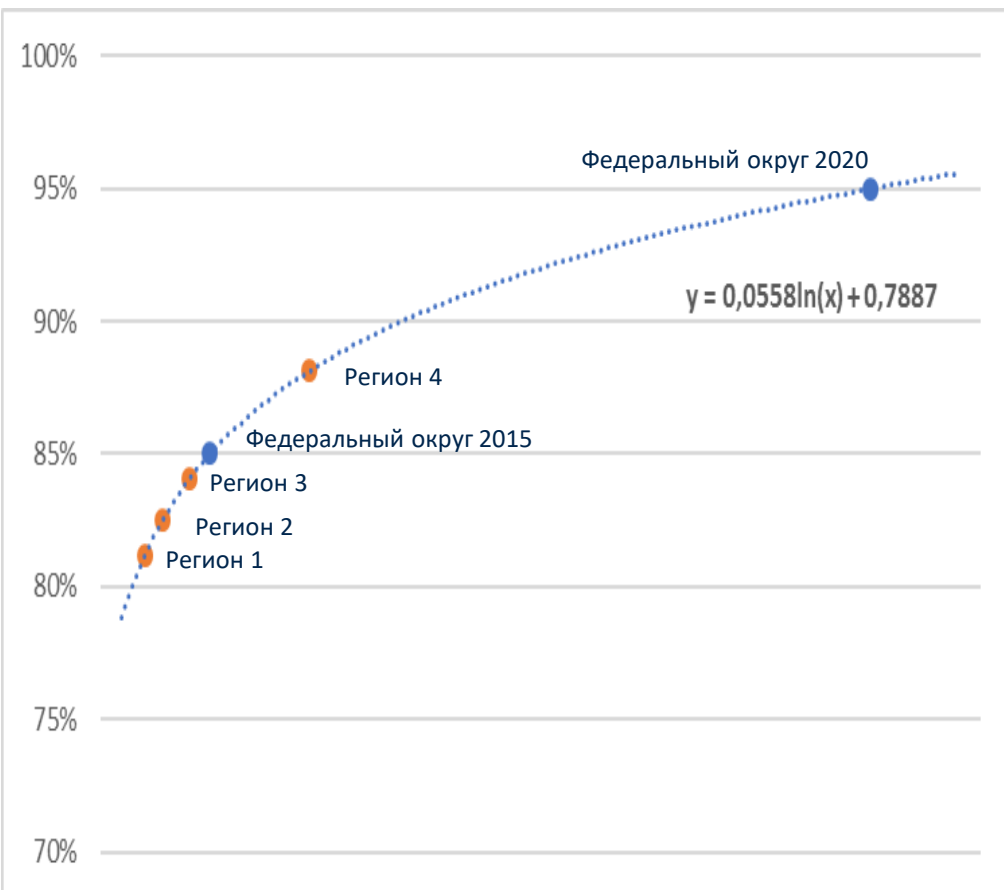
- **Эконометрические модели спроса** уточняются с учетом фактических данных масс-баланса за ретроспективный период, отклонение от фактических значений по РФ +/-5%, по ФО в разрезе сегментов +/-10%.
- Макроэкономические показатели (**предикторы**) прогнозируются МИП на базе утвержденных Стратегий развития ФО и статистического анализа ретроспективных данных.
- Прогноз спроса **по видам топлива и типам ТС** по ФО выполняется с использованием прогнозной структуры потребления (рассчитывается по трендам на базе ретроспективных данных ГИБДД)
- Спрос по **способам оплаты и каналам** прогнозируются МИП сценарно для РФ, а темпы выхода на прогнозные значения адаптируются под ФО.



## Прогноз продаж по топливным картам в рознице

### Подходы к расчету

#### Доля топливных карт в рознице. Пример анализа.



#### Экспертные предпосылки:

- Имеет место тенденция к «обелению» бизнеса и **росту доли топливных карт** в розничном канале продаж моторных топлив среди корпоративных потребителей.
- **Доля топливных карт в розничном канале продаж на прогнозный период** определяется из ретроспективной доли топливных карт (для ЮЛ – опрос МИП), **текущей** доли топливных карт в розничном канале (опрос МИП) и **потенциала роста** доли топливных карт (опрос МИП – вопрос о переходе на топливные карты с указанием года) для каждого сегмента корпоративного потребления на уровне РФ.
- Потенциал роста топливных карт учитывает котировку на **фактическую реализацию намерений перехода на топливные карты ЮЛ** (кросс-анализ данных опроса ЮЛ), заявленных респондентами в опросе МИП. Полученные поправочные коэффициенты экстраполируются на ЮЛ с малым парком и коммерческий транспорт ФЛ.
- Для определения траектории достижения доли топливных карт к прогнозируемому году применяется **логарифмическая функция**. Для каждого сегмента на уровне РФ подбирается своя логарифмическая функция.
- **Для ФО** доля топливных карт определяется в соответствии с той же траекторией, но с учетом начального значения (отставание или опережение).
- Доля топливных карт в розничном канале в сегменте корпоративного потребления **не может превышать 99,9%\***.



\* Доля топливных карт в розничном канале продаж не может достигать 100%

## Формирование уникального торгового предложения для каждого сегмента

Подходы к сбору и обработке данных

### Основные вопросы:

- Каким должно быть комплексное предложение с учетом требований и потребностей каждой группы?

### Структура УТП

Факторы оплаты по топливной карте:	Факторы оплаты по бонусной карте	Нетопливные товары и услуги на АЗС	Нетопливные товары и услуги на АЗС
<ul style="list-style-type: none"><li>- Безналичная оплата</li><li>- Возможность контроля расходов в Личном кабинете</li><li>- Возможность оплаты системы Платон через Личный кабинет топливной карты</li><li>- Получение отсрочки платежа</li><li>- Получение скидки</li><li>- Возврат НДС</li><li>- Электронный документооборот</li><li>- ...</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Наличие скидки (больше по бонусной карте, по банковской карте с кэшбеком)</li><li>- Не могу оформить ТК, нет статуса ЮЛ или ИП</li><li>- Нет информации о ТК, никто не предлагал</li><li>- Нет необходимости вносить предоплату</li><li>- ...</li></ul>	<p>Какие услуги востребованны:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Товары в магазинах</li><li>- Питание в кафе</li><li>- Оплата стоянок</li><li>- Оплата шиномонтажа</li><li>- Оплата мойки, чистки</li></ul> <p>Причины непотребления:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Поставщик не предлагает</li><li>- Могут приобрести дешевле</li><li>- НЕ нужно водителям</li></ul>	<p>Какие услуги востребованны:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Покупка товаров в магазинах</li><li>- Оплата паромов</li><li>- Оплата страхования грузов</li><li>- Оплата услуг весового контроля</li><li>- Оплата системы Платон</li><li>- Оплата платных дорог</li><li>- Оплата услуг автомоек</li><li>- Оплата услуг шиномонтажа</li></ul>





**Маркетинговые и инвестиционные  
проекты**

115114, Россия, Москва

Дербеневская набережная, д. 7, стр. 23

Tel +7 495 6402555

[info@mipr.ru](mailto:info@mipr.ru)

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



**Мы всегда идем навстречу клиенту!**