

УДК 339.5

## РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА НОВЫХ ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

Л.В. Шабалина, Е.Д. Севрюков,  
ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»,  
г. Донецк

*В статье проанализировано развитие российского рынка новых легковых автомобилей на основе динамики продаж автомобилей по сегментам и торговым маркам. Определено, что российские потребители склонны приобретать автомобили класса C и SUV, при этом спрос чувствителен к цене и инновационной составляющей.*

*Ключевые слова: автомобильный рынок; новый легковой автомобиль, сегмент рынка; модель автомобиля; торговая марка.*

*In the article the development of the Russian market of the new passenger cars is analysed on the basis of car sales by segments and brands dynamics. It was determined that Russian consumers tend to purchase cars of class C and SUV, while demand is sensitive to price and innovative component.*

*Key words: automobile market; new passenger car, market segment; Car model; trademark.*

**Введение.** Состояние национального рынка новых легковых автомобилей свидетельствует не только об уровне развития автомобилестроения, но и в целом экономики государства. Производство автомобилей является высокотехнологической отраслью, формирующей замкнутый производственный цикл, аккумулирующий в себе как достижения науки и техники, так и развитие смежных отраслей, основными из которых являются нефтехимическая и сфера услуг. Начиная с 2017 г. данный рынок начал демонстрировать рост, что связано замещением импортных автомобилей по причине роста цен на иностранную технику. Данные обстоятельства свидетельствуют о необходимости определения тенденций на российском рынке новых легковых автомобилей, что позволит выработать действенные механизмы относительно стимулирования национальных производителей.

**Целью исследования** является определение основных тенденций развития российского рынка новых легковых автомобилей.

**Результаты исследования.** В 2015 г. рост автомобильного рынка себя исчерпал, что связано с появлением естественных ограничений, таких как численность населения и недостаточное количество домохозяйств с располагаемым доходом, позволяющим приобретать и содержать новый автомобиль. Дилерские сети оказались перенасыщенными из-за планов роста. Так, в 2016 г. количество проданных автомобилей на российском рынке упало почти в 2 раза по отношению к 2014 г., что составило 1426 тыс. автомобилей. С 2017 г. началась тенденция к увеличению продаж и уже в 2018 г. новых легковых автомобилей было продано на 12,8% больше, но при этом меньше на 27,7% относительно 2014 г. (рис.1)

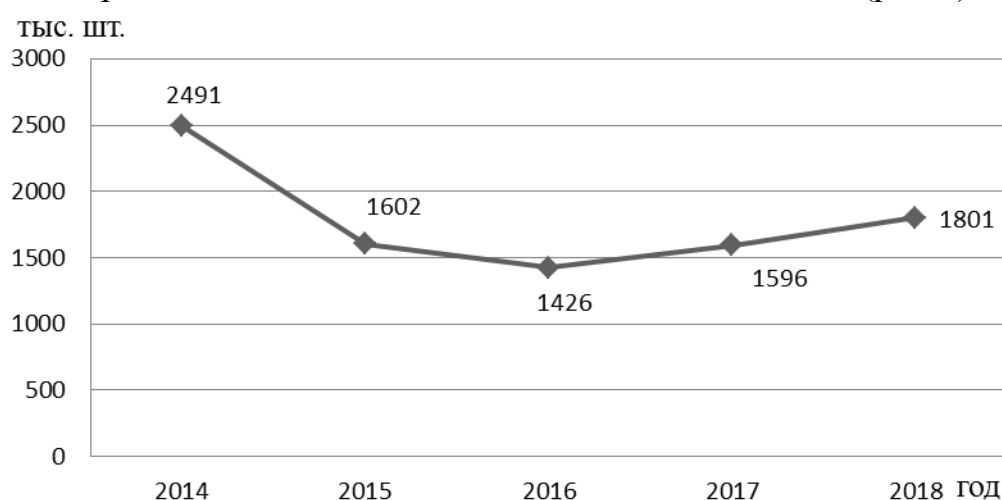


Рисунок 1 – Продажи новых автомобилей в 2014- 2018 гг.

Рынок автомобилей делится на сегменты (классы), которые отличаются между собой размерами авто, характеристиками двигателя и ходовой части, а также цели использования. В таблице 1 представлена динамика продаж новых автомобилей в Российской Федерации (РФ) по сегментам. Остановимся на каждом из них подробнее.

Таблица 1

Динамика продаж автомобилей по сегментам, %

Сегмент рынка	Год				
	2014	2015	2016	2017	2018
А	0,8	0,5	0,3	0,3	0,3
В	31,7	39,8	41,4	39,8	37,3
С	16,3	11,5	8,2	7,2	6,7
Д	4,5	5,4	5,3	4,9	5,4
Е	1,3	1,3	1,3	1,3	1,2
MPV	5,4	4,5	3,9	3,9	4,8
Pick-up	1	0,8	0,7	0,7	0,7

## Актуальные проблемы инновационного развития экономики Донбасса

SUV	39	36,2	38,9	41,9	43,6
-----	----	------	------	------	------

Примечание: составлено авторами по [7]

Автомобили сегмента А (Mini cars) характеризуются малыми размерами, длина которых, не превышает 3,6 м., ширина, не выходит за рамки 1,6 м. Данный сегмент создан специально для городских условий эксплуатации. Положительным качеством, является незначительный расход топлива, вследствие небольшого объёма двигателя, при этом недостатком является очень тесный салон. (Daewoo Matiz и Smart).

Автомобили сегмента В (Small cars) рассчитаны на перевозку 4-5 человек. Длина автомобилей, колеблется в пределах 3,7 - 4,3 м., а ширина до 1,7 м., ходовые и динамические качества машин заметно выше сегмента «А». Автомобиль можно эксплуатировать не только в городе, но и на просёлочных дорогах (Renault Logan и Hyundai Accent).

Автомобили сегмента С (Medium cars) позволяют с комфортом перемещаться по трассе и городу. Длина автомобиля, составляет 4,3 - 4,5 м., ширина до 1,8 м. (Opel Astra и Audi A3).

Автомобили сегмента D (Larger Cars) - это более крупные семейные автомобили, длиной 4,3 - 4,7 м. и шириной до 1,9 м. По соотношению вместительности и объёму перевозимого груза, а также сочетанием ходовых характеристик - данный класс считается самым оптимальным (Ford Mondeo и Volkswagen Passat).

Автомобили сегмента Е (Executive cars) - это автомобили бизнес-класса обладающие мощным двигателем, сложной подвеской и большой колёсной базой, их длина 4,6 - 4,9 м. и ширина до 1,82 м. (Mercedes-Benz E-класса и Audi A6).

Автомобили сегмента MPV (Multi-Purpose Vehicle) – автомобили повышенной вместимости и универсальности. Этот автомобильный класс, обозначающий вид минивэнов, преимущественно построенных на платформе легкового автомобиля, имеющего вариант кузова «универсал» (Citroën C4 Picasso и Opel Zafira).

Автомобили сегмента Pick-up - это класс легких грузовиков с закрытой кабиной и открытой грузовой площадкой с невысокими сторонами и задней дверью (Toyota Tundra, Nissan Navara).

Автомобили сегмента SUV (Sport Utility Vehicle) – это класс, который имеет высокий потолок, высокую посадку, относительно большой дорожный просвет, полный привод, приемлемую для грунтовых дорог (но не бездорожья) проходимость (Lada X-Ray, Range Rover).

Проанализируем динамику продаж автомобилей по сегментам в РФ (рис. 2).

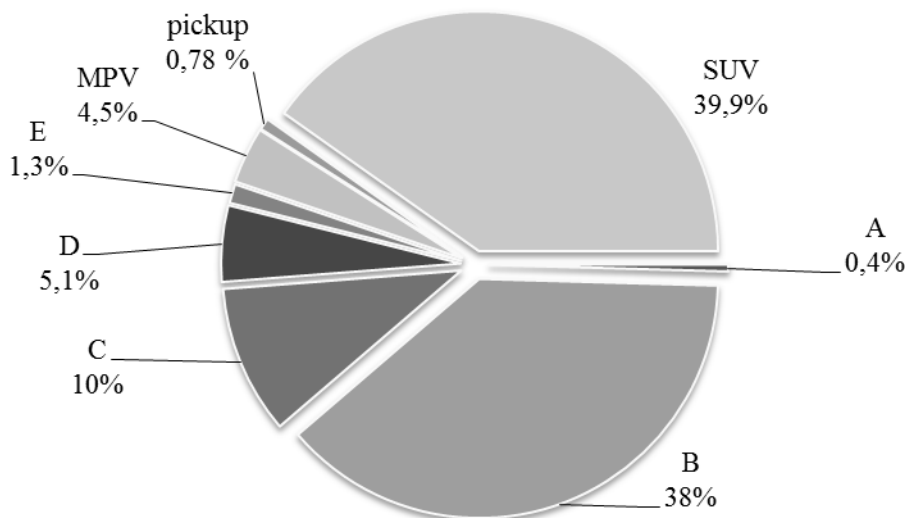


Рис. 2 – Средняя динамика продаж автомобилей по сегментам за 2014-2018 гг. [7]

Так, сегмент В и SUV самые востребованные среди покупателей новых автомобилей, которые в совокупности занимают 78% российского рынка. В 2018 г. было продано кроссоверов и внедорожников 40% от общего количества реализованных автомобилей в РФ. На первом месте по продажам находится Hyundai Creta (67,6 тыс. шт.), на втором - Renault Duster (41,4 тыс. шт.) и Volkswagen Tiguan на третьем (33,5 тыс. шт.). Автомобили сегмента В, доля которого составила 38%, были проданы в количестве 623,3 тыс. шт. из которых российской торговой марки LADA модели Vesta - 108,4 тыс. шт., Granta - 106,3 тыс. шт., при этом третье место заняла корейская KIA Rio.

В 2018 г. доля сегмента С снизилась до 6,7% составив 111,6 тыс. шт. продаж. В первую тройку вошли следующие модели: Skoda Octavia, KIA Ceed и Nissan Almera с объемами продаж 25 тыс., 20,7 тыс. шт. и 14,9 тыс.шт. соответственно. Сегмент D в 2018 г., заняв 5,4% рынка, в абсолютном выражении вырос на 24,2% по сравнению с 2017 г. Следует отметить, что доля каждого из оставшихся сегментов составляет менее 3%. При этом объемы продаж сегмента MPV за год выросла почти вдвое, показав самую высокую динамику [8].

Данные табл. 2 свидетельствуют о том, что в РФ первое место по объемам продаж новых автомобилей занимает российская Lada, что связано с новыми моделями Lada Granta и Lada Vesta и их низкой ценой, которая начинается от 444900 рублей. На втором месте

## Актуальные проблемы инновационного развития экономики Донбасса

находится корейская Kia, у которой самыми покупаемыми моделями являются Kia Rio и Kia Sportage, минимальная стоимость которых начинается от 769 900 рублей.

Таблица 2

Топ-10 продаж легковых автомобилей в России, шт.

Торговая марка	2014	Ранг	2015	Ранг	2016	Ранг	2017	Ранг	2018	Ранг
Лада	387307	1	269096	1	266296	1	311588	1	360204	1
Kia	195691	2	163500	2	149567	2	181947	2	227584	2
Hyundai	179631	4	161201	3	145254	3	157927	3	178530	3
Renault	194531	3	120411	4	117230	4	136682	4	137062	4
Volkswagen	140683	7	78390	7	74221	6	96459	5	113745	5
Toyota	161954	6	98149	5	94568	5	94238	6	108492	6
Skoda	84437	8	55012	8	55386	8	62302	8	81459	7
Nissan	162010	5	91100	6	70464	7	76000	7	80925	8
Ford	65966	10	38607	9	42528	9	50360	9	53234	9
Mitsubishi	80133	9	35909	10	16769	10	24325	10	45391	10

Примечание: составлено авторами по [6]

В 2015 г. позиции Renault ухудшились по сравнению с 2014 г., что связано с падением продаж Renault Logan. Так, если торговая марка Renault занимала третье место в 2014 г., то в 2015-2018 гг. в рейтинге Топ -10 продаж новых автомобилей у нее было устойчивое четвертое место. Данные обстоятельства связаны с тем, что в РФ продают старую платформу модели Logan, стоимость минимальной комплектации которой 577 тыс. рублей, при этом для покупателей низкая цена не является привлекательной. Удержаться торговой марке на четвертом месте позволили успешные продажи Renault Duster, минимальная комплектация которого составляет 719 тыс. рублей.

Торговая марка Hyundai в 2015 г. на 10,3% меньше продала новых автомобилей по сравнению с 2014 г., при этом она занимает третье место по количеству продаж в РФ. Следует отметить, что модель Hyundai Solaris является одной из популярных в РФ, стоимость которой составляет 746 тыс. рублей. Однако в 2018 г. объемы продаж данной модели упали на 4% по сравнению с 2017 г. Самой популярной моделью данной торговой марки в 2018 г. на российском рынке стал кроссовер Hyundai Creta, объемы продаж которого по сравнению с 2017 г. выросли на 22%, а стоимость минимальной комплектации составила 957 тыс. рублей.

Торговая марка Volkswagen увеличила объемы продаж в 2018 г., что привело к улучшению ее позиции на рынке с седьмого в 2014 г. до пятого места в 2018 г., что связано с началом продаж в 2016 г. модели Polo в спортивной комплектации GT (стоимость от 781900 рублей),

успешными продажами в 2017 г. премиального кроссовера Tiguan (стоимость от 1499000 рублей) и выходом на рынок в 2018 г. новой модельной линейки Teramont. Ситуация на рынке свидетельствует о том, что торговая марка Volkswagen инвестирует средства в новые технологии, а это привлекает российских потребителей.

Торговая марка Toyota занимает первое место среди японских автопроизводителей, представленных на российском рынке, и шестое место по объемам продаж в 2017-2018 гг. Наиболее востребованными моделями данной торговой марки являются: Toyota Camry, RAV4, Land Cruiser Prado и Land Cruiser 200, а также Toyota Hilux. Следует отметить, что в 2015 г. торговая марка заняла пятое место по объемам продаж на рынке, что связано с выводом на рынок в течение года ряда новых и обновленных моделей. При этом стоимость автомобилей данной торговой марки значительно выше, например, по сравнению с продукцией компании Volkswagen. Так, стоимость самого бюджетного автомобиля Toyota Corolla составляет 1030000 рублей.

В 2018 г. по сравнению с 2017 г. торговая марка Skoda увеличила объемы продаж на 30,7%, что связано с увеличением спроса на модель Rapid (+19,25%), Octavia (+10,5%) и Kodiaq (в 7,8 раза). Данные обстоятельства свидетельствуют о существенных перспективах компании на рынке. Так, например, стоимость бюджетной модели Rapid в минимальной комплектации составила 785 тыс. рублей, что является конкурентной ценой на рынке по отношению к основным лидерам продаж.

Торговая марка Nissan в 2018 г. оказалась на восьмом месте по количеству продаж, при этом она в 2014 г. занимала пятое место. Падение показателя продаж связано с увеличением доли рынка торговая марка Skoda, Toyota и Volkswagen. По объему продаж первое и второе место занимает модель Qashqai и X-Trail соответственно. При этом следует отметить, что стоимость минимальной комплектации самой бюджетной модели Almera составляет 688 тыс. рублей.

Торговая марка Ford в 2015 г. заняла девятое место по количеству продаж новых легковых автомобилей и до 2018 г. уверенно его удерживала. Данные обстоятельства связаны с тем, что модель Focus заняла второе место по количеству продаж среди основных конкурентов сегмента С. Так, например, в 2015 г. продажи выросли на 23% по сравнению с 2014 г. При этом стоимость самой бюджетной модели Fiesta в минимальной комплектации составила 875 тыс. рублей.

Торговая марка Mitsubishi в 2015-2018 гг. ухудшила свои позиции на рынке заняв десятое место по сравнению с девятым местом в 2014 г. Так, торговая марка в 2015 г. продала 2,2 раза по сравнению с 2014 г., что связано с высокой конкуренцией со стороны торговых марок Renault и Nissan. Следует отметить, что в 2018 г. самой продаваемой моделью была Outlander, объемы продаж которой выросли на 46%. Стоимость самой бюджетной модели Asx в минимальной комплектации составляет 1229000 рублей.

**Выводы.** Анализ состояния российского рынка новых легковых автомобилей на основе Топ-10 продаж рынка, свидетельствует о том, что каждая из марок занимает лидирующие позиции в одном из сегментов. Так, самую большую долю сегмента Suv занимают российские производители, при этом следует отметить, что сегмент В – занимает второе место по количеству продаж. Определено, что данный рынок чувствителен к инновациям и цене. Выявлено, что российские потребители склонны приобретать в большей степени автомобили класса С и SUV. В этой связи необходимо увеличить российскому производителю Lada количество автомобильных марок в данных сегментах.

#### Перечень ссылок

1. Петрова М.А. Развитие автомобилестроения как фактор обеспечения конкурентоспособности российской экономики / М.А. Петрова // Актуальные вопросы экономических наук: сборник материалов XII Международной научно-практической конференции под общей редакцией Ж.А. Мингалева, С.С. Чернова. – Новосибирск, 2010. – Часть 1. – С. 60-66.
2. Титова С.С. Тенденции развития автомобильного рынка в России // Экономика и менеджмент инновационных технологий. - 2014. - № 10. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://ekonomika.snauka.ru/2014/10/6036> .
3. Конференция «Автомобильный маркетинг 2014» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.bibika.ru/msk/news/1378> (дата обращения: 30.04.2020).
4. Шабалина Л.В., Барновский Э.М. Некоторые аспекты инновационной деятельности машиностроительной отрасли Российской Федерации / Шабалина Л.В. // Стратегия предприятия в контексте повышения его конкурентоспособности: сб.научн. стат., 2018. - Вып. 7. - / ГОВПО «Донецкий национальный университет экономики и торговли им. М. Туган-Барановского». – С.336 – 340.
5. Кондратьев В.Б. Автопром: кризис и инновации / Кондратьев В.Б. // Мировая экономика и международные отношения. - 2014. - № 3. - С. 12 - 21.
6. Динамика Российского авторынка 2009 - 2018 гг. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.autostat.ru/infographics/36601/> (дата обращения: 30.04.2020).
7. Классификация автомобилей [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.autostat.ru/infographics/41977/> (дата обращения: 28.04.2020).