

УДК 339.138

**РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОГО РЕШЕНИЯ О РАСШИРЕНИИ
АССОРТИМЕНТА ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ**

Проноза П.А., студент гр. Сум-241, I курс
Научный руководитель: Третьякова И.Н., к.э.н., доцент
Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева, г. Кемерово

На начало текущего года в России зарегистрировано 1,45 миллиона легковых автомобилей китайских производителей, что составляет всего лишь 3,1% от общего числа легковых машин в стране. Красноречивые цифры из отчета «Парк Транспортных Средств в России на 1 января 2024 года», подготовленного специалистами популярного агентства «АВТОСТАТ», выявляют интересные динамики на автомобильном рынке.

Наиболее широко представленным китайским брендом в автопарке России является Chery, чьи автомобили составляют 26% от общего числа зарегистрированных на 1 января китайских легковых машин. Это означает, что на улицах России курсирует 375,6 тысяч Chery. За Chery следуют Geely (273,4 тысячи штук) и Haval (215,1 тысячи штук), удерживая свои позиции среди топ-3 китайских брендов по числу автомобилей на дорогах. Кроме них, в рейтинг ТОП-5 лидеров вошли Lifan (152,1 тысячи автомобилей) и Great Wall (124,4 тысячи автомобилей). Остальные китайские марки пока не достигли планки в 100 тысяч автомобилей.

Среди зарегистрированных в России китайских автомобилей главенствует кроссовер Haval Jolion, общее число которых достигает 81,3 тысяч единиц к началу 2024 года. Следом за ним идет еще один новый игрок - Geely Coolray с объемом 69,4 тысячи штук. В свою очередь, Chery Tiggo (56,3 тысячи штук), Lifan X60 (53,8 тысячи штук), Great Wall Hover H3 (51,6 тысячи штук) и Lifan Solano (50,5 тысячи штук) уже заслужили свое место в автопарке России. Не оставляя без внимания, кроссовер Chery Tiggo 7 PRO преодолел отметку в 50 тысяч единиц, показав стабильный спрос на рынке [2].

Исследование внутренней и внешней среды ООО «Автоцентр Дюк и К» показывает огромный рост продаж китайских автомобилей и увеличение спроса на них [5]. Необычное явление, поскольку среди автолюбителей в России уже давно бытует мнение о том, что «китайцы» - автомобили максимально ненадежные.

Поскольку китайские автомобили не пользуются у российских автолюбителей должным доверием и уважением, но в данных условиях они вынуждены покупать эти автомобили, то целью работы является определение наиболее надежного китайского автомобиля или выбор «лучшего» из «худшего».

Исходя из вышеперечисленных факторов, ограничивать автопарк дилеру «ДЮК и К» невыгодно, поскольку рынок не стоит на месте, а постоянно меняется.

Большинство автодилеров продают китайский автопром, и чтобы выделиться среди конкурентов, нужно продавать те автомобили, которые будут обладать определенными конкурентными преимуществами.

На рынке огромный выбор марок, поэтому выбор стоит делать с помощью нескольких критериев:

- наличие данной марки в салонах в ближайших крупных городах, особенно в Новосибирске;
- марка занимает лидирующие позиции в статистике;
- цена не слишком завышена по сравнению с продаваемыми на данный момент автомобилями в Автоцентре «ДЮК и К»;
- выбранная марка входит в топ продаваемых автомобилей в Китае;
- данная марка соответствует целевой аудитории.

Придерживаясь данных рамок, создается возможность грамотно определить автомобиль, который сможет войти на рынок в городе Кемерово и стать настоящим конкурентом.

Как уже было отмечено ранее, китайские машины не пользуются доверием у российских автолюбителей, но при этом они вынуждены их приобретать, а целью выпускной работы является определение самого надежного китайского автомобиля для внедрения на рынок или выбор лучшего из худшего. Для этого мы обратились к статистике продаж новых китайских автомобилей в Китае за 2024 год, так как новые китайские бренды еще недостаточно известны в России.

С учетом того, что в Кемеровской области отсутствуют салоны, продающие автомобили BYD, WuLing, Foton, DongFeng и HongQi, необходимо сосредоточиться на исследовании и сравнении именно этих брендов.

В пункте 1 были определены критерии, по которым стоит делать выбор марки. При выборе бренда будем придерживаться данных критериев.

В таблице 1 представим исследуемые бренды в порядке убывания продаж в Китае, для дальнейшего их сравнения.

Таблица 1 – Краткая сводка по выбранным брендам

Бренд	Цена	Продажи, ед.	
		В Китае за 1 квартал 2024 года	В России за 2023 год
BYD	1 600 000 – 7 500 000	587 733	669
WuLing	1 590 000 – 2 450 000	188 125	9
Foton	3 000 000 – 3 990 000	155 027	129
DongFeng	1 890 000 – 4 950 000	141 485	1 359
HongQi	2 900 000 – 8 540 000	100 275	2 569

Из таблицы 1 видно, что из исследуемых брендов, в России большие продажи автомобилей марок Hongqi, DongFeng и BYD. На этом этапе завершим исследование брендов WuLing и Foton.

Рассмотрим подробнее каждый бренд, прошедший предыдущий этап исследования.

Hongqi. Автомобили этого бренда начали выпускаться с 1959 года специально для высокопоставленных лиц в КНР. С 2016 года запустили массовые продажи, а бренд перевели из «представительского» класса в «премиум».

Модельный ряд представлен в таблице 2.

Таблица 2 – Модельный ряд Hongqi [4]

Модель	Кузов	Цена
HS5	Кроссовер	4 300 000 – 5 990 000
H9	Седан	6 700 000 – 7 140 000
E-HS9	Электрический внедорожник	6 700 000 – 11 790 000
H5	Седан	3 800 000 – 5 070 000
HS7	Внедорожник	5 800 000 – 7 090 000
HQ9	Минивэн	6 960 000 – 7 890 000

Данный бренд продается в ближайших крупных городах: Новосибирск.

DongFeng. Официальный дистрибьютор DongFeng Motor в России находится в г. Магнитогорск.

Модельный ряд представлен в таблице 3.

Таблица 3 – Модельный ряд DongFeng

Модель	Кузов	Цена	Ближайший город
Shine Max	Седан	2 990 000	Новосибирск
580	Кроссовер	2 500 000	Новосибирск
DFSK ix5	Кросс-купе	2 990 000	Томск, Новосибирск
DFSK ix7	Внедорожник	3 990 000	Томск, Новосибирск
DF6	Пикап	2 600 000 – 2 700 000	Москва

Данный бренд продается в ближайших крупных городах: Новосибирск, Томск.

BYD. Экологически чистый транспорт. Данная компания стала ключевым игроком на пути перехода от дизельных автомобилей к электромобилям, разработав передовую технологию Blade Battery и двухрежимную гибридную трансмиссию.

Модельный ряд представлен в таблице 4.

Таблица 4 – Модельный ряд BYD

Модель	Кузов	Цена	Ближайший город
Han	Седан электро	5 150 000 – 5 220 000	Москва
Tang	Седан электро	5 750 000	Москва
Yangwang U8	Внедорожник	22 100 000 – 24 000 000	Новосибирск, Барнаул

Данный бренд продается в ближайших крупных городах: Новосибирск, Барнаул.

На данном этапе наиболее предпочтительными брендами становятся DongFeng и Hongqi. Автомобили марки BYD продаются в салонах Центральной части России, цена значительно превышает допустимую. Также BYD – это электромобили, которые на данный момент в Сибирском ФО не так востребованы, спрос может быть очень низким. Электромобили стоит рассмотреть, когда большая часть населения страны будет к такому готова.

Для того, чтобы выбрать наилучший вариант из двух представленных, необходимо спрогнозировать возможный спрос на каждый бренд.

Для решения поставленной задачи, сравнение будет производиться с продающимися на данный момент в Автоцентре автомобилями марки EXEED.

Исходя из собранной информации, зафиксированной в прошлых частях выпускной работы, полученные данные можно представить в виде следующих таблиц.

В таблице 5 представлено сравнение цены автомобилей 3-х брендов.

Таблица 5 – Сравнение стоимости брендов EXEED, DongFeng и Hongqi

Стоимость	EXEED	DongFeng	Hongqi
Цена минимальная	2 490 000	2 500 000	3 800 000
Цена максимальная	6 500 000	3 990 000	11 790 000
Цена средняя	4 190 000	2 960 000	6 600 000

Поскольку EXEED уже давно на рынке, а исследуемые бренды только вошли, продажи данной марки в России будет рассматриваться в его первый год на рынке, а именно

Таблица 6 – Статистика продаж в России с 2019 по I квартал 2024 гг., ед.

Год	EXEED	DongFeng	Hongqi
2019	-	1 548	-
2020	226	942	-
2021	3 756	533	-
2022	13 686	1 666	-
2023	43 071	1 359	2 569
I кв. 2024	7 684	317	1 068

Автомобили марки Hongqi начали продаваться в России с мая 2023 года, за этот год было продано 2 569 ед.

Рынок DongFeng достаточно нестабильный. С 2023 года производитель начал выпускать новые модели и в планах расширять модельный ряд в 2024 году, который был представлен в таблице 3.

Exeed начал продажи с 2020 года, в котором было реализовано 226 автомобилей.

Таким образом, имеет смысл сравнивать первый год запуска продаж. 2020 год – для Exeed, 2023 год – для Hongqi, DongFeng – 2023 г. (таблица 7).

Таблица 7 – Сравнение статистики продаж по 1-ому кварталу

	EXEED	DongFeng	Hongqi
Старт продаж			
Год	2020 год	2023 год	2023 год
Количество, ед.	226	1359	2569
Количество за 1 квартал, ед.	226	158	238
Продажи на 2-ой год в 1-ом квартале			
Количество, ед.	520	317	1068
Темп роста, %	230,1	200,6	448,7

Сравнив статистику продаж в год запуска и следующим за ним годом за первый квартал, мы получили данные темпа роста: продажи DongFeng выросли всего на 100,6%, Exeed - на 130,1%, а бренд Hongqi показал удивительный результат – прирост продаж составил 348,7%.

Из этого можно сделать вывод о том, что автомобили бренда DongFeng из сравниваемых моделей, не пользуется популярностью среди автовладельцев, спрос низкий. Автомобили марки Exeed в первый год продаж также имели невысокий спрос, что связано с непростой ситуацией в стране и мире, старт продаж пришелся на 2020 год. Ситуация с Hongqi сложилась более удачно, поскольку запуск продаж состоялся в 2023 году, когда большая часть российского автомобильного рынка занимал китайский автопром. Данный автомобиль интересен автолюбителям, поэтому спрос растет и будет расти, а модельный ряд расширяться.

Следующим этапом исследования следует прогнозирование спроса на данные бренды и сравнение их с продаваемым брендом, которым мы определили Exeed.

Для достижения поставленной задачи, необходимо сравнить возможную выручку с продаж выбранных автомобилей.

Из таблицы видно, что автомобили марки DongFeng имеют низкий темп роста объема продаж (за 10 лет объем вырос на 316%), спрос нестабильный и непривлекательный, а, следовательно, и выручка нестабильна – общий темп роста выручки за 10 лет составил 1 474,56%, в то время как общий темп выручки Hongqi за 6 лет составил 3 560,4%.

Новый бренд Hongqi продемонстрировал хороший результат: прогноз объема продаж за 6 лет показал увеличение на 2 302,65%, а общий темп роста возможной выручки 3 560,4%, как говорилось ранее.

Выбранный для сравнения бренд Exeed по прогнозу за 10 лет имеет увеличение объема продаж на 59 820% и увеличение выручки на 137 575,22%. Потрясающий результат для бренда за 10-летний период.

Для наглядности сравнения прогноза выручки данных брендов, была составлена диаграмма, представленная на рисунке 1. На рисунке видно, что выручка с продаж автомобилей марки DongFeng за 10 лет не достигает даже 20 млрд.руб. зато наблюдается хороший результат у Hongqi. Выручка данного бренда по прогнозу вырастет с 2023 года, что является стартовым годом продаж, по 2029 год на 528 940 450 тыс.руб., к середине 2028 года выручка

достигнет результата в 500 млрд.руб. Возможные причины изменения объемов продаж представлены на рисунке 2.

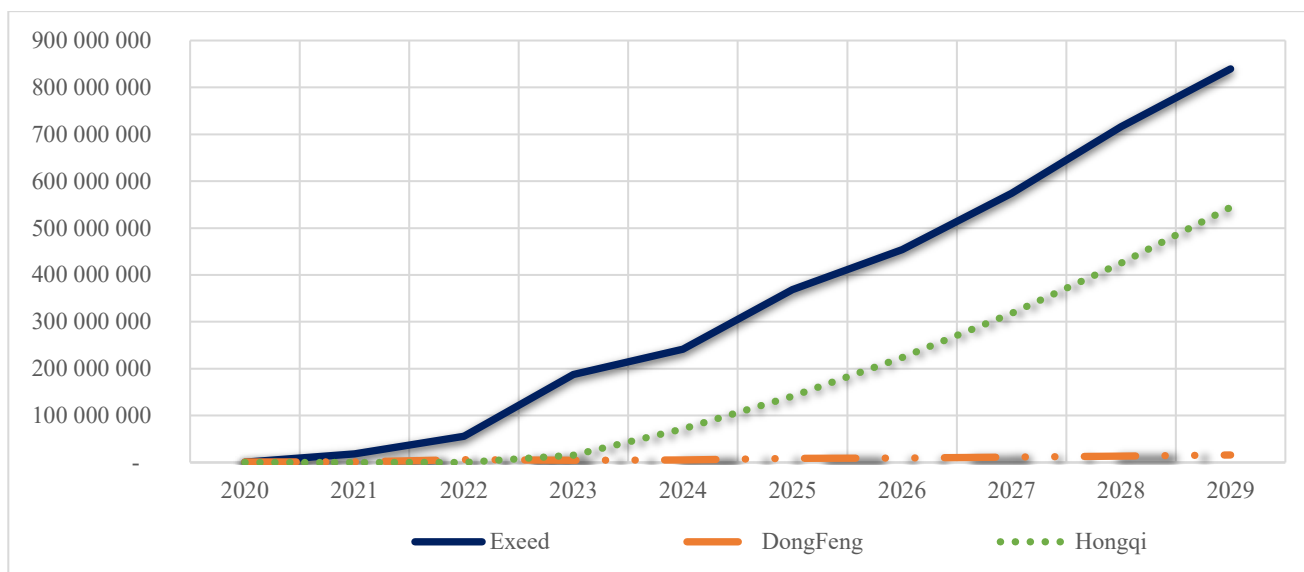


Рисунок 1 - Прогноз выручки с 2024 по 2029 гг, тыс.руб.

Исходя из проведенного анализа и полученных данных, можно сделать вывод о том, что бренд Hongqi имеет хорошие перспективы, прогноз показал рост выручки и спроса. Поскольку выбор проводился с учетом статистики продаж новых китайских автомобилей в Китае и России, отбора брендов путем сравнения с самостоятельно обозначенными критериями, а также с учетом проведения прогноза спроса и выручки на ближайшие 5 лет, обоснованным маркетинговым решением становится расширение модельного ряда Автоцентра, путем запуска продаж нового бренда Hongqi.

С помощью моделирования (рис. 2) можно анализировать сложные явления, предсказывать развитие процессов и принимать обоснованные решения.

Экспериментальный анализ, сопоставление результатов модельных расчетов с реальными наблюдениями, а также уточнение и корректировка модели являются важными этапами в процессе прогнозирования. Использование моделей позволяет делать более обоснованные прогнозы и принимать решения на основе анализа результатов.

Возможные причины изменения объемов продаж, представленные на рисунке 2, отражают возможности и угрозы для конкретного бренда.

Снижение объема продаж, по большей части, может произойти из-за:

- роста цен, ввиду высокой конкурентоспособности;
- снижения качества автомобиля и угроза его ремонтпригодности;
- моральный износ: другой бренд лучшего качества и с большей комплектацией;

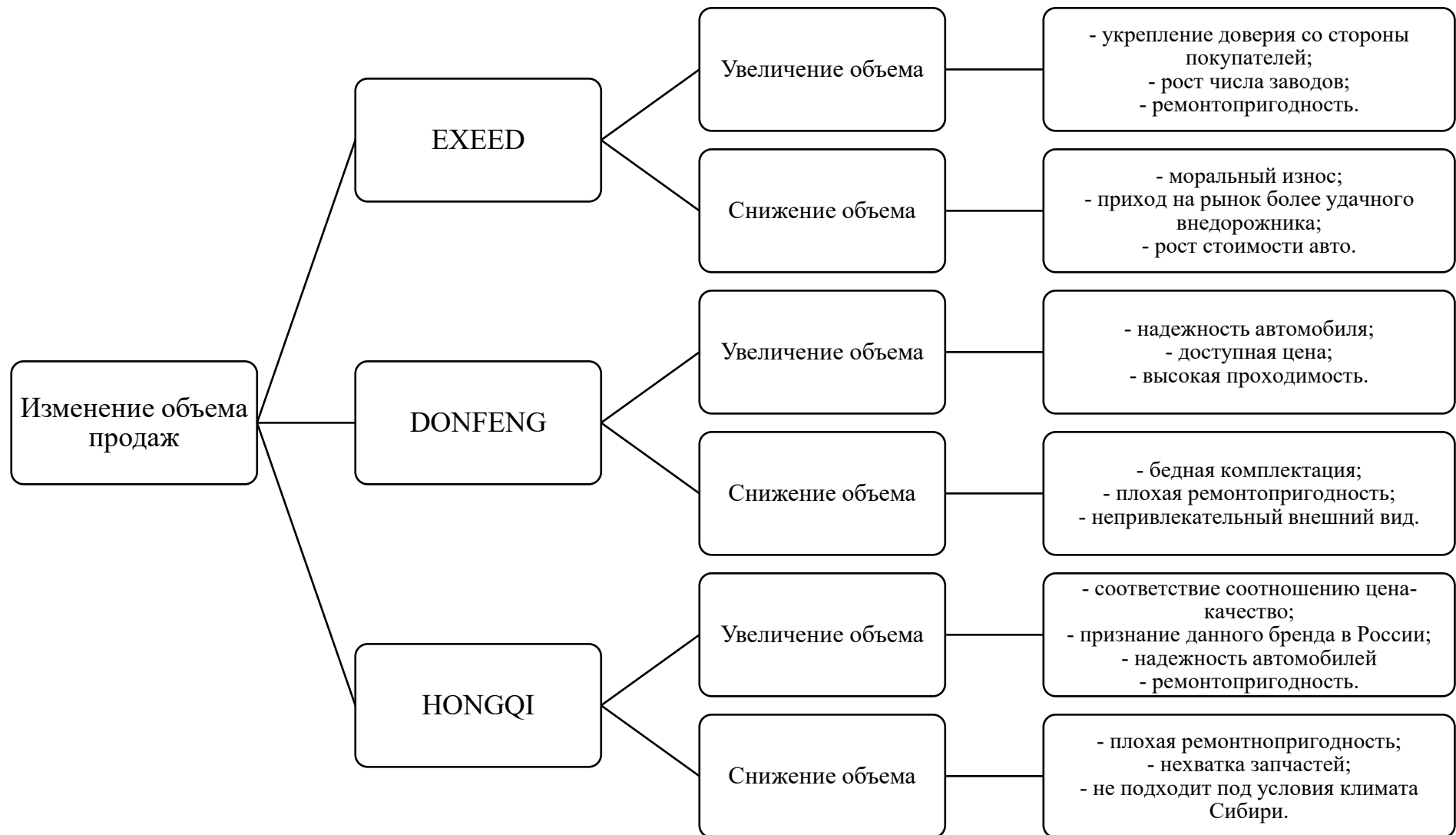


Рисунок 2 – Моделирование изменения объема продаж исследуемых марок

Почему в данном случае именно такие причины? Поскольку на рынок входит всё больше новых брендов, покупатели могут не знать, какой автомобиль выбрать для покупки. То, на что российские автовладельцы обращают внимание, особенно в Сибири:

- класс – внедорожник, поскольку в имеющихся природных условиях это лучший дорожный транспорт;
- высокая проходимость: в Сибири много лесов и бездорожья, требующие высокой проходимости;
- ремонтпригодность: автомобиль в любом случае будет ремонтироваться, поэтому необходимо наличие деталей и ремонтпригодность.

Увеличение объема продаж можно спрогнозировать для определенного бренда, если он отвечает заявленным минимальным требованиям автовладельцев, представленных выше.

Список литературы:

1. Малюгин, А. Н. Анализ конкурентной среды в автобизнесе / А. Н. Малюгин, Н. В. Ланцова // Россия молодая : СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ XVI ВСЕРОССИЙСКОЙ, НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ С МЕЖДУНАРОДНЫМ УЧАСТИЕМ, Кемерово, 16–19 апреля 2024 года. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2024. – С. 84121.1-84121.3. – EDN CVJMBX.

2. В России – почти 1,5 млн китайских легковых автомобилей // АВТОСТАТ [сайт]. - URL: <https://www.autostat.ru/news/57013/> (дата обращения: 20.11.2024). - Текст: электронный.

3. Более половины россиян выступают за покупку китайского автомобиля // АВТОСТАТ [сайт]. - URL: <https://www.autostat.ru/news/56895/> (дата обращения: 20.11.2024). - Текст: электронный.

4. Китайская автоклассика HONGQI — история бренда // Hongqi АВИЛОН [сайт]. – URL: <https://hongqi-avilon.ru/history/#:~:text=Hongqi> (дата обращения: 10.05.2024). - Текст: электронный.

5. Третьякова, И. Н. Исследование внутренней и внешней среды ООО "Автоцентр Дюк и К" / И. Н. Третьякова // Конкуренция и монополия: Сборник материалов VII Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специалистов в области антимонопольного регулирования. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет им. Т.Ф. Горбачева, 2024. – С. 273-278.