

**АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ РЫНКА ПРОДАЖ ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ И  
ДИЛЕРСКИХ СЕТЕЙ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

*Гулый В.В. Аспирант, Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет (МАДИ), Россия, 125319, Москва, Ленинградский пр., 64, РФ Москва, e-mail: [gulyv.v@yandex.ru](mailto:gulyv.v@yandex.ru), тел: 8(985)262-56-00*

**Аннотация.** В статье рассмотрены вопросы текущего и прогнозируемого состояния рынка продаж легковых автомобилей и состояние дилерских сетей на территории РФ.

**Ключевые слова:** автомобильный рынок, динамика, прогноз, продажи, дилерские центры.

### THE ANALYSIS OF THE MARKET OF PASSENGER CAR SALES AND DEALER NETWORKS OF THE RUSSIAN FEDERATION

*Guly V.V. Postgraduate student, Moscow State Automobile and Road Construction Institute Moscow, Russian Federation gulyv.v@yandex.ru ,8(985)262-56-00*

**Abstract** This article discusses the current and projected state of the passenger car sales market and the state of dealer networks in the Russian Federation.

**Keywords:** car market, dynamics, forecast, sales, dealership.

Автотранспортный рынок РФ является достаточно перспективным, что обусловлено ростом парка автомобилей индивидуального пользования (см. рисунок 1.). В результате сложной геополитической обстановки и возникшие в экономике страны в 2014 году продажи упали приблизительно на 30% по сравнению с 2017 годом. При этом потенциал отечественного рынка новых автомобилей значительно высок, при условии благоприятной макроэкономической обстановке и восстановления ее к значениям 2012 года, в котором были показаны рекордные для автомобильных продаж результаты.

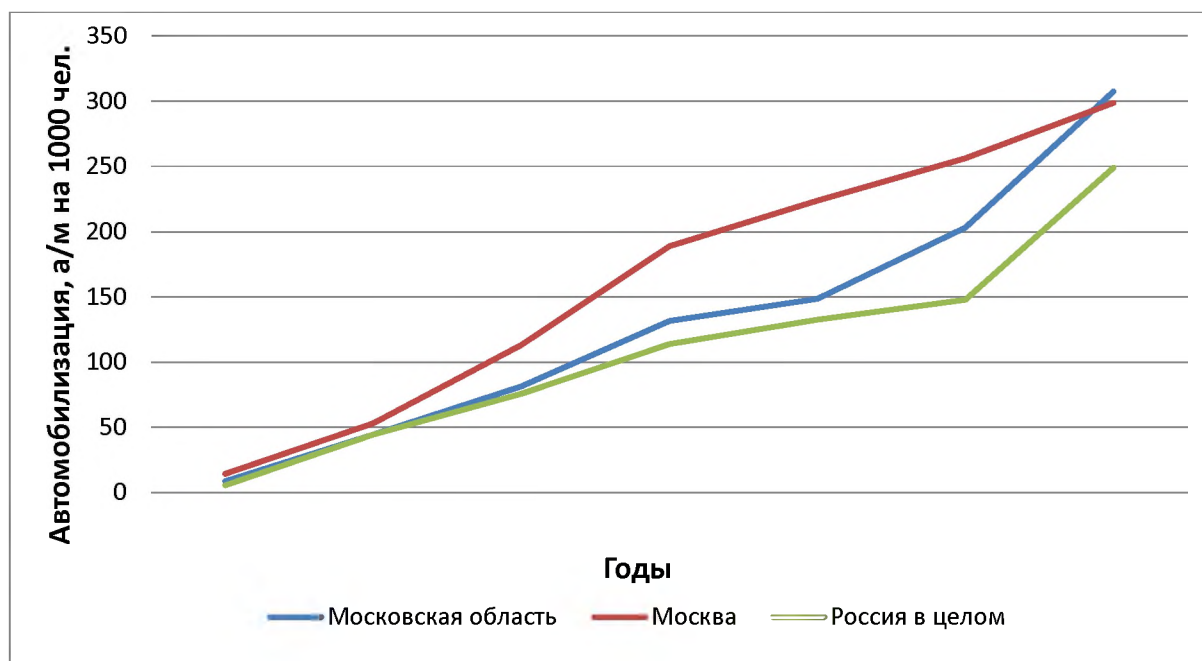


Рис. 1. Динамика автомобилизации регионов ЦФО и Российской Федерации в целом за период 1975-2017 гг.

Анализ экономической конъюнктуры (рост цен на нефть, возможное снижение таможенных пошлин, индексация утилизационного сбора) и дальнейшего развития автомобильной отрасли в РФ (инвестиционная активность) позволяет спрогнозировать объемы продаж легковых автомобилей на ближайшие 5 лет (см. рис. 2). [3,4,7]



Рис. 2. Динамика и прогноз продаж легковых транспортных средств в Российской Федерации с 2005 по 2022 год в млн. шт.

Главное место на автомобильном рынке РФ занимают дилерские центры, которые являются связующим звеном между производителем и покупателями. В настоящее время деятельность автомобильных дилерских центров осуществляется в условиях жесткой конкуренции. На конец 2014 года в России насчитывалось более 4 тысяч дилерских центров. Несмотря на рост продаж легковых автомобилей в 2017 году, число дилерских центров сократилось в России до 3410 салонов.

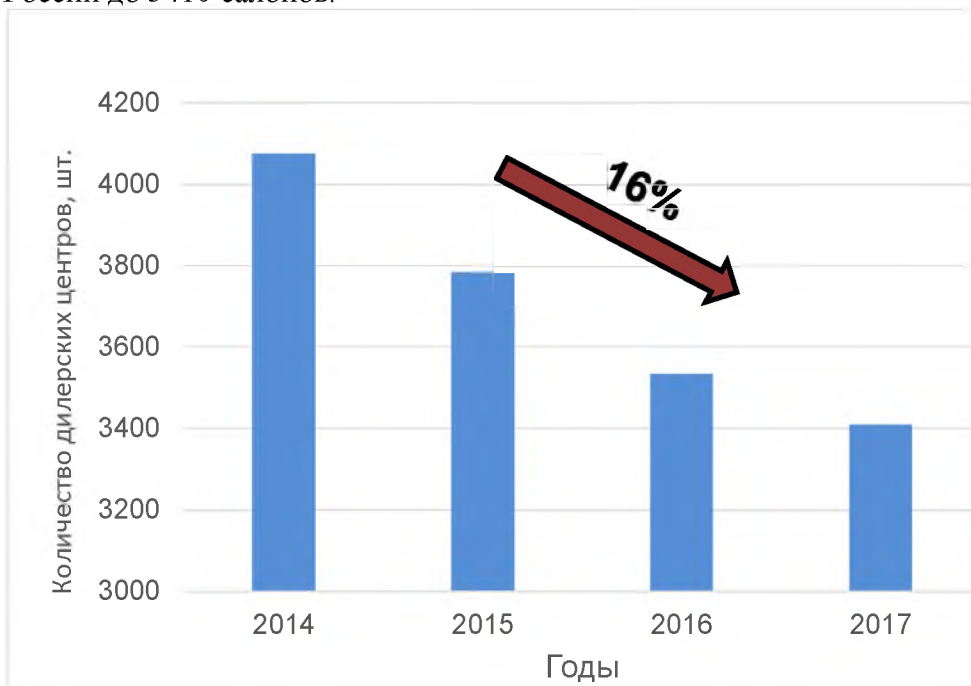


Рис. 3. Динамика изменения количества дилерских центров в России

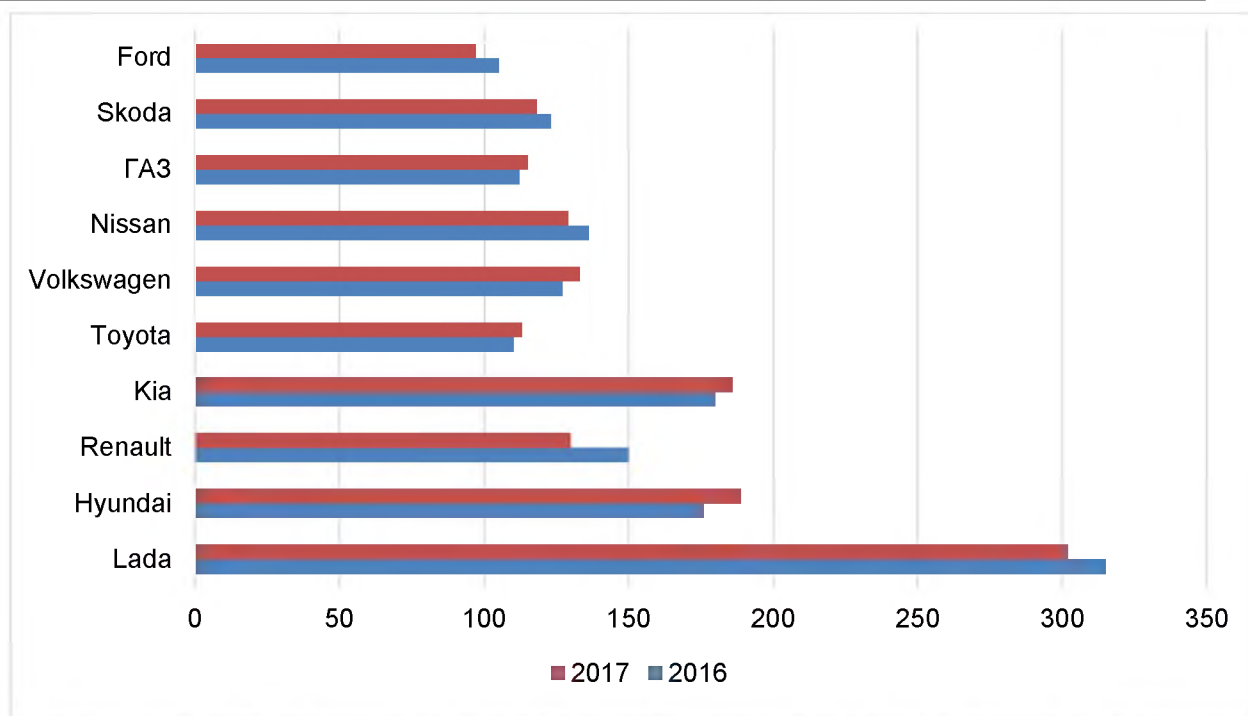


Рис. 4. Динамика изменения количества дилерских центров Топ-10 брендов в России

Количество центров, находящихся долгое время на российском рынке, сокращается в связи с кризисом отрасли 392 компании, в то же время на него выходят новые дилерские салоны, за обозначенный период их открылось 303.

Деятельность дилерских центров автомобильного рынка РФ включает в себя не только продажи новых и подержанных автомобилей, но и различные услуги, которые они оказывают клиентам. К основным услугам относятся сервисные услуги (техническое обслуживание, гарантийный ремонт, установка дополнительного оборудования и тд.). Дилерские организации также осуществляют продажу запасных частей, расходных материалов и аксессуаров, как отечественного, так и импортного производства.

| МАССОВЫЙ СЕГМЕНТ | ПОКАЗАТЕЛЬ  | ПРЕМИАЛЬНЫЙ СЕГМЕНТ |
|------------------|---|---------------------|
| 10 460           | количество заездов на СТО                             | 7 860               |
| 4 260 Р          | средний чек (без учёта кузовного ремонта)             | 8 950 Р             |
| 47 320 000 Р     | выручка от услуг автосервиса                          | 74 800 000 Р        |
| 90 450 000 Р     | выручка от продаж запчастей                           | 196 560 000 Р       |
| 3 050 000 Р      | выручка от сервиса и запчастей на 1 работника сервиса | 5 320 000 Р         |

Источник: опрос дилеров в рамках «Автодилер года 2016» (АВТОСТАТ)

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

Рис. 5. Количество обращений на сервис и анализ прибыли от сервисной деятельности [1]

Зависимость дилерских организаций от экономических условий ставит перед управлением новые задачи, связанные с учетом и анализом внешних факторов, влияющих на их деятельность.

Общая проблема дилерских центров в условиях кризиса заключается в снижении количества обращений клиентов после окончания срока гарантии, в связи с этим крупными брендами предприняты усилия, которые направлены на удержание клиента на более долгий период путем увеличения срока гарантии на новый автомобиль. К примеру такой крупный производитель как Audi увеличил срок гарантии с 2-х лет до 4-х, при этом первые два года без ограничений для пробега. С учетом увеличения гарантийного периода значительное внимание уделяется качеству гарантийного ремонта.

В настоящих условиях для эффективной работы дилерского центра необходимо повышать качество работы с клиентом, путем усовершенствования процессов сервисного обслуживания, гарантийного ремонта, сокращая, как собственные затраты (хранение запасных частей и время простоя постов), так и клиентские (время в ожидании/без ТС). Вместе с тем, также необходимо учитывать влияние внешних факторов отражающих: экономическую конъюнктуру; существующего и потенциального рынка автосервисных услуг; структуру потребительских услуг по поддержанию и восстановлению работоспособности автомобилей, предлагаемых дилерскими и альтернативными автосервисными предприятиями с учетом конкуренции между ними; существующее законодательство в сфере бизнеса и отношение к нему государственных органов и т.д. [5,6]

#### Библиографический список

1. «АВТОСТАТ Аналитическое Агенство» [www.autostat.ru](http://www.autostat.ru).
2. «Ассоциацией европейского бизнеса (АЕБ)» [www.aebris.ru](http://www.aebris.ru).
3. Григорьев М.В., Зенченко В.А. Проблемы прогнозирования продвижения автосервисных услуг в обеспечении работоспособности элементов транспортно-технологических комплексов. Сборник научных трудов по материалам 75-ой научно-методической и научно-исследовательской конференции МАДИ, Техполиграфцентр, 2017, 267с.
4. Зенченко В.А., Антонов Д.В. Прогнозирование развития рынка автосервисных услуг МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ к семинарским занятиям по курсу «Основы маркетинга в сфере сервиса». МАДИ. – М., 2011. – 48 с.
5. Лазаренко А.В., Николаев А.Б., Солнцев А.А. ПРИНЦИПЫ МОДЕЛИРОВАНИЯ ДИЛЕРСКИХ СЕТЕЙ Автоматизация и управление в технических системах. 2013. № 4.2. С. 46-53.
6. Николаев А.Б., Солнцев А.А., Саная А.Г., Якунин П.С. МЕТОДЫ ОРГАНИЗАЦИИ И МОДЕЛИРОВАНИЯ ДИЛЕРСКИХ СЕТЕЙ В мире научных открытий. 2012. № 12 (36). С. 163-173.
7. Чернышов А.Е., Зенченко В.А. ПРОГНОЗИРОВАНИЕ СПРОСА НА УСЛУГИ АВТОСЕРВИСНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ Вестник Московского автомобильно-дорожного государственного технического университета (МАДИ). 2004. № 2. С. 76-82.