

ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ МОДЕЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ВЫБОРА ПРИ ПРИОБРЕТЕНИИ ЛЕГКОГО КОММЕРЧЕСКОГО АВТОМОБИЛЯ В 2014–2015 гг.



Чечетка Евгения Леонидовна,

Соискатель кафедры менеджмента и технологии торговли, Краснодарский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации (350015, г. Краснодар, ул. им. Митрофана Седина, 168/1)
chechetka@mail.ru

В статье представлены результаты авторского исследования модели потребительского выбора при приобретении легкого коммерческого автомобиля в 2014–2015 гг. на территории локального рынка Краснодарского края. Выделены и охарактеризованы оценки респондентов, характеризующие процесс последней покупки и факторы, которые могут быть использованы при совершенствовании маркетинга и продаж легкого коммерческого транспорта.

Ключевые слова: легкие коммерческие автомобили; факторы потребительского поведения; процесс приобретения легкого коммерческого автомобиля; бенчмаркинг.

Российский рынок легковых и легких коммерческих автомобилей относится к числу крупнейших рынков промышленной продукции национального масштаба и характеризуется значительной социально-экономической значимостью. Этот рынок является одним из крупнейших рынков мира и вторым автомобильным рынком Европы: в 2014 году продажи новых легковых и легких коммерческих автомобилей на внутреннем рынке страны

составили более 2,49 млн ед., хотя в сравнении с 2012 и 2013 гг. наблюдалось устойчивое снижение масштабов продаж (–13,27% в 2014 г. в сравнении с 2012 г., –4,79% в 2014 г. по сравнению с 2013 г.) (табл. 1) [1].

Внутреннее производство легковых и легких коммерческих автомобилей колебалось в соответствии с общерыночным трендом: в 2014 г. было произведено более 1,7 млн ед. автомобилей с падени-

ем показателя от уровня 2012 г. на 11,59%, от уровня 2013 г. — на 10,53%.

В 2014 году было экспортировано более 127 тыс. ед. легковых и легких коммерческих автомобилей, преимущественно в страны СНГ (прежде всего, Казахстан) на общую сумму более 1,46 млрд долл. США, при этом импорт продукции в Россию за аналогичный период превысил 917,5 тыс. шт. или 13,154 млрд долл., в натураль-

Таблица 1
Динамика продаж продукции на рынке легковых и легких коммерческих автомобилей России в 2012–2014 гг.

Показатель	Годы			Темп роста, %	
	2012	2013	2014	2014/2012	2014/2013
Продажи новых легковых и легких коммерческих автомобилей на внутреннем рынке, ед.					
Китай	15 495 200	17 928 900	19 700 000	127,14	109,88
США	14 439 634	15 531 609	16 400 000	113,58	105,59
Германия	3 082 504	2 952 431	3 000 000	97,32	101,61
Россия	2 871 004	2 615 236	2 490 000	86,73	95,21
Производство новых легковых и легких коммерческих автомобилей в России, шт.	1 922 800	1 900 000	1 700 000	88,41	89,47
Экспорт новых легковых и легких коммерческих автомобилей из России, шт.	113 000	137 900	127 500	112,83	92,46
млн долл.	1 000	1 485	1 460,5	146,05	98,35
Импорт новых легковых и легких коммерческих автомобилей в Россию, шт.	1 061 204	85 3136	917 500	86,46	107,54
млн долл.	20 200	16 997	13 154,6	65,12	77,39
Доля импортированных легковых и легких коммерческих автомобилей в продажах на внутреннем рынке в натуральной оценке, %	37,0%	32,6%	36,8%	99,69	112,95