

**Е. Н. Хутова**  
**Брестский государственный технический университет, г. Брест,**  
**Республика Беларусь**

**СОВРЕМЕННЫЙ РЫНОК ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ И  
ТЕНДЕНЦИИ ЕГО РАЗВИТИЯ**

**E. Khutova**  
**Brest State Technical University, Brest, Republic of Belarus**

**MODERN PASSENGER CAR MARKET AND TRENDS OF ITS  
DEVELOPMENT**

Целью написания статьи является выявление особенностей автомобильного рынка и тенденций его мирового развития.

The purpose of the article is to identify the features of the automotive market and trends in its global development

В современной экономике основополагающим элементом, обеспечивающим взаимодействие спроса и предложения, обмен между покупателями (потребителями, клиентами) и продавцами (производителями, поставщиками) отдельными товарами и услугами, выступает рынок.

Рынок в маркетинге — это совокупность потребителей и продавцов, способных и желающих произвести обмен, который удовлетворит спрос покупателя на товар (услугу) [1].

Рынок в экономике рассматривается шире и представляет собой сферу экономических отношений между субъектами рынка, взаимодействие которых обеспечивается совокупностью процессов и процедур и осуществляется на взаимовыгодных условиях для обеих сторон, вступающих в сделку купли-продажи.

Обязательные элементы рынка:

- *субъекты рынка* со своими потребностями: производители и посредники, способные произвести и продать; конечные и промежуточные потребители, желающие купить;
- *объекты рынка*: товары и услуги, обладающие потребительной ценностью, способные удовлетворить растущие потребности;
- *инфраструктура рынка* — совокупность учреждений, организаций, коммерческих фирм, обеспечивающих успешное функционирование рыночных отношений;
- *покупательская способность* — обеспечивается денежной массой, соотношением цены и качества;
- *конкуренция* — экономический процесс взаимодействия, взаимосвязи и коммуникаций субъектов рыночной системы в процессе создания и потребления благ.

Рынок характеризуется сложной структурой, имеет разные формы, типы и виды, в совокупности образующие рыночную систему, охватывающую своим влиянием все сферы экономики. Основные виды рынков подразделяют на различные субрынки (рыночные сегменты), каждый из которых имеет какие-либо специфические особенности и формируется под воздействием определенных факторов.

**Особенности рынка легковых автомобилей**

Автомобильный рынок – это совокупность экономических отношений, складывающихся при взаимодействиях субъектов рынка, связанных с заключением акта купли-продажи автомобилей. В рамках автомобильного рынка следует различать: вторичный рынок и рынок новых автомобилей; рынок легковых и коммерческих автомобилей.

*Объектом рынка* выступает автомобиль - механическое транспортное средство, имеющее более двух колёс, способное к передвижению без внесения дополнительных изменений в его конструкцию, который способен удовлетворить запросы покупателей автомобильного рынка.

Рыночным объектом выступают как новые, так и подержанные автомобили, а так же по типу: легковые автомобили, грузовики и спецтехника, автобусы.

Субъектами автомобильного рынка выступают:

1. Продавцы: производители автомобилей (промышленные предприятия автопрома) и посредники (официальные автодилеры заводов-изготовителей), а также их объединения (ассоциации, концерны). В силу отраслевой специфики производители автомобилей в редких случаях реализуют товар напрямую конечному потребителю.

2. Покупатели: физические лица (домашние хозяйства), а также юридические лица (коммерческие и некоммерческие организации).

Инфраструктуру рынка формируют:

1. Государство, в лице Правительства, налоговых и таможенных органов. других государственных структур.

2. Сторонние организации: банки, страховые компании, лизинговые компании и др.

Изучение рынка новых автомобилей крайне важно, так как:

1) транспортные возможности крупных городов растут с развитием автомобильного рынка, а у малых городов появляется возможность большей доступности к другим товарам или услугам;

2) автотранспорт выступает основным средством коммуникации для регионов, субъектов хозяйствования, домашних хозяйств;

3) легковой автомобиль давно из предмета роскоши стал средством передвижения, поэтому от предложения на рынке зависит степень удовлетворенности потребителей;

4) развивается техника рыночных продаж; продавцы предлагают новые формы взаимодействия и больше внимания уделяют стимулированию.

Вторичный рынок автомобилей заслуживает отдельного внимания, так как:

1) любой автомобиль обладает определенным набором качеств, которые не проявляются в первые годы эксплуатации, и насколько долго прослужит автомобиль, зависит от целого ряда факторов, как субъективного, так и объективного характера;

2) чтобы понять, сколько будет стоить содержание автомобиля в дальнейшем, какие узлы машины подвержены наибольшему износу и какова стоимость ремонта конкретной марки и модели автомобиля, наиболее целесообразно изучить тест-драйвы вторичного рынка автомобилей;

3) стоимость нового автомобиля за первые три года эксплуатации значительно падает, поэтому цены на вторичном рынке заметно ниже.

Несмотря на стабильность рынка подержанных авто, сегодня все чаще потребители и не только европейские, но и российские и белорусские, предпочитают покупку нового недорогого автомобиля вместо автомобиля высокого класса с пробегом. Выбор покупателей делается среди более дешевого сегмента, но новых авто.

Сегментами автомобильного рынка выступают разные классы, типы, виды автомобилей. В мировой практике применяют разные способы группировки автомобилей (по техническим характеристикам, по размерам и массе, по классу потребителей), но наиболее применимой является Европейская классификация, предусматривающая выделение классов легковых автомобилей.

В таблице 1 приведена характеристика классов автомобилей и специфика их использования.

Таблица 1 – Характеристика классов легковых автомобилей

Класс автомобиля	Преимущества	Недостатки	Применение
Класс А - Микроавтомобили	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ высокая манёвренность и компактность;</li> <li>✓ экономичный расход топлива;</li> <li>✓ низкие цены</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ маломощный силовой агрегат;</li> <li>✓ малые габариты;</li> <li>✓ малый грузовой отсек или отсутствует</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>рассчитан на городские условия;</li> <li>женский автомобиль</li> </ul>
Класс В - Малый класс	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ относительный комфорт;</li> <li>✓ более вместительны;</li> <li>✓ практичны;</li> <li>✓ надежные;</li> <li>✓ невысокая цена;</li> <li>✓ дешевые в ремонте и обслуживании</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ расход топлива несколько выше;</li> <li>✓ преобладают в кузове «хэтчбек»</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>для частых поездок по городу и по трассе</li> </ul>

Продолжение таблицы 1

Класс автомобиля	Преимущества	Недостатки	Применение
Класс С - Средний класс (европейский стандарт)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ достаточная вместимость;</li> <li>✓ комфорт для пассажиров;</li> <li>✓ приемлемая стоимость</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ограниченность бизнес-опций или их отсутствие</li> </ul>	для служебных и личных целей
Класс D - Большой семейный автомобиль	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ вместительные седаны и универсалы;</li> <li>✓ используют надежные материалы;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ высокая цена;</li> <li>✓ громоздкие и трудноуправляемые;</li> <li>✓ слабая маневренность</li> </ul>	для частных семейных поездок, для поездок за город
Класс E - Транспортные средства бизнес-класса	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ комфортабельные;</li> <li>✓ скоростные;</li> <li>✓ престижный вид</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ завышенная цена запчастей и материалов;</li> <li>✓ высокая стоимость автомобиля и его обслуживания</li> </ul>	для для служебных целей в городских условиях
Класс F - Автомобиль представительского класса	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ качественные и надёжные детали;</li> <li>✓ дорогая стильная отделка салона;</li> <li>✓ безупречный внешний вид;</li> <li>✓ мощный мотор</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ очень высокая стоимость автомобиля и его обслуживания;</li> <li>✓ верхний потолок цены почти не ограничен</li> </ul>	для успешных богатых людей
Класс J - Внедорожники	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ высокая проходимость;</li> <li>✓ крупные размеры;</li> <li>✓ высокая посадка</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ трудноуправляемые;</li> <li>✓ плохая маневренность;</li> <li>✓ цены разнятся в широких пределах</li> </ul>	для езды по бездорожью
Класс M - Микроавтобусы (минивэны)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ вместительные;</li> <li>✓ большой грузовой отсек;</li> <li>✓ дополнительные посадочные места</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ тяжелые;</li> <li>✓ трудноуправляемые;</li> <li>✓ малая маневренность</li> </ul>	для перевозки большого числа пассажиров, для семейных и поездок на природу
Класс S - Спортивный класс (спорткупэ)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ высокие ходовые и аэродинамические свойства;</li> <li>✓ повышенный разгон;</li> <li>✓ высокоскоростные</li> <li>✓ высокоуправляемые</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ маленького размера;</li> <li>✓ с низкой посадкой;</li> <li>✓ низкий комфорт и вместимость;</li> <li>✓ небезопасные</li> </ul>	не для ежедневной езды, для молодежи, любящей адреналин

### Мировой рынок новых автомобилей на современном этапе

Современный мировой рынок новых автомобилей охватывает все континенты и более 60 стран. Лидерами мирового рынка среди стран по экспорту-импорту выступают Япония, США, Китай (около 30%), Германия (более 20% мировых продаж). Мировой рейтинг продаж среди брендов возглавляет Toyota Motor (Japan). Китайская Geely за 2018 год поднялась на 2 пункта в мировом рейтинге (17 место). По итогам 2018 года наблюдается спад продаж на 0,5% впервые с 2009 года; по данным 54 стран с наиболее крупным автопромом продано 86,01 млн новых легковых автомобилей.

Хотя самый продаваемый автомобиль в мире Ford F-серии, автомобили бизнес-класса и класса «люкс» все реже становятся пределом желаний покупателей, все чаще предпочтения потребителей обращены в сторону практичных и надежных автомобилей среднего класса. Исключением является Россия, где быть обладателем автомобиля перстиж-марки воспринимается как более высокий статус его владельца.

В первой половине 2019 года тенденция мировых продаж новых автомобилей сохраняется, лидерство сохраняют США и Китай (таблица 2).

Таблица 2 – Структура мирового рынка легковых автомобилей за 6 мес. 2019 года

Группы рынков	Группы стран	Страны-лидеры, продажи
1. Рынок промышленно-развитых стран	Европа	Германия, более 2 млн Великобритания - 1,47 млн Франция - 1,45 млн
	Северная Америка	США - более 10 млн
	Азия	Япония - 2,7 млн
2. Рынок развивающихся стран	Страны АСЕАН	Китай - 12,3 млн Индия - более 2 млн
3. Рынок стран с переходной экономикой	Страны ЕвразЭС	□ Россия - 828,8 тыс. □ Беларусь - 2,8 тыс. □ Казахстан - 32,9 тыс.

Все более популярными становятся электромобили: в 2016 году продажи составили 391 тыс., в 2017-м — 727 тыс., в 2018 году 1,261 млн. Основной спрос сконцентрирован в Китае (769 тыс.), США (209 тыс.) и Норвегии (46 тыс.) [3].

**Особенности мирового автомобильного рынка:**

- 1) специфичность товара;
- 2) высокая конкуренция со стороны автопрома;
- 3) снижение спроса со стороны потребителей, особенно на дорогие марки автомобилей;
- 4) тенденция слияния компаний для усиления своих позиций на рынке.

В текущей рыночной ситуации в сфере продаж новых автомобилей самый важный вопрос — добиться лояльности и дополнительных преимуществ, которые продавцы-автопроизводители и их официальные дилеры предоставляют своим клиентам: комфорт, безопасность и скорость проведения сделок. Это главный путь выдержать растущую конкуренцию и успешный инструмент для стимулирования продаж.

**Литература**

1. Википедия. Свободная энциклопедия. Американская ассоциация маркетинга. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org>. Дата доступа: 01.09.2019.
2. Статистика продаж и производства автомобилей по всему миру. Информационный портал auto.VERcity. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://auto.vercity.ru/company/>. — Дата доступа: 11.10.2019.
3. Статистика-2018: мировой рейтинг популярности. Copyright © ООО «Авторевю» 1990-2019. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://autoreview.ru/news/statistika-2018-mirovoy-reyting-populyarnosti>. — Дата доступа: 02.10.2019.

**Т. В. Филиппова, И. А. Кулаков, Н. Н. Флячинская**  
Брестский государственный технический университет, г. Брест,  
Республика Беларусь

**ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ  
АУКЦИОНОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

**T. Filippova, I. Kylakov, N. Flyatinskaya**  
Brest State Technical University, Brest, Republic of Belarus

**FEATURES OF ELECTRONIC AUCTIONS IN THE REPUBLIC OF BELARUS**

В этой статье были рассмотрены основные нормативные акты, регулирующие основные закупки товаров, а также перечень работ и услуг, государственные закупки которых осуществляются с применением электронных аукционов.

This article is about the regulations governing the main procurement of goods and a list of works and services, public procurement of which are carried out using electronic auctions.

В настоящее время идет процесс обновления законодательства в сфере управления государственными заказами для его большей адаптации к требованиям времени. Успешное функционирование системы государственных закупок является необходимым условием эффективного развития современной экономики.

Основные нормативные акты, регулирующие государственные закупки товаров (работ, услуг):

- Закон Республики Беларусь «О государственных закупках товаров (работ, услуг)» от 13.07.2012 №419-3 (в редакции от 17.07.2018);
- Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 15.06.2019 № 395 «О реализации Закона Республики Беларусь «О внесении изменений и дополнений в Закон Республики Беларусь «О государственных закупках товаров (работ, услуг)»»;
- Указ Президента Республики Беларусь от 31.12.2013 №590 «О некоторых вопросах государственных закупок товаров (работ, услуг)»;
- Постановление Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь от 29.12.2018 №93 «Об утверждении примерных форм документов по процедурам государственных закупок»;