



# Тема: автомобили

Группа РСО-01  
Иванина Юля



# СОДЕРЖАНИЕ:

Анализ автомобилей:

1. Целевая аудитория рынка.
2. Количество упоминаний бренда, востребованность.
3. Тональность высказываний насколько позитивны или негативны отзывы потребителей.
4. Состояние конкурентов – в чем предполагаемое отличие.

# ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ РЫНКА

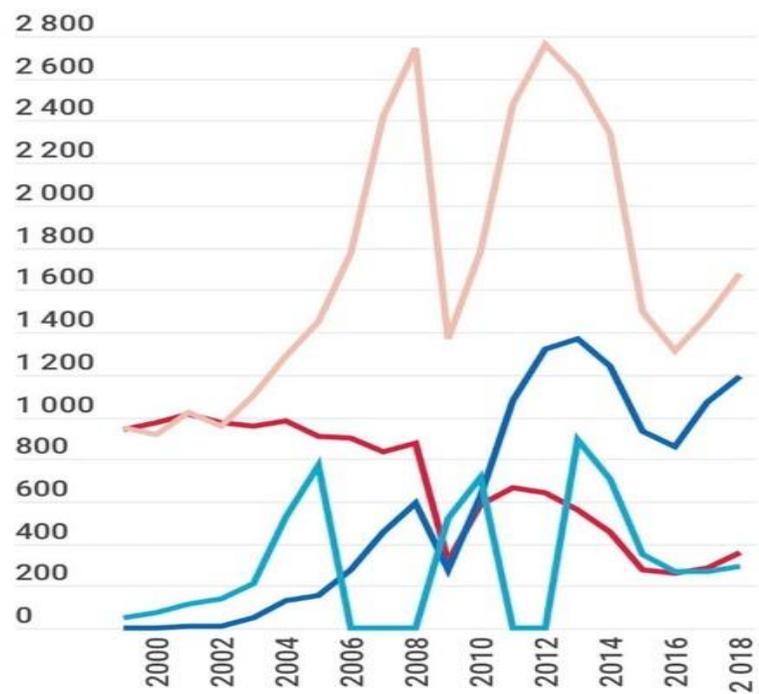
- Целевая аудитория - покупатели автомобилей с пробегом:
  - возраст: 18-50 и более.
  - величина индивидуального дохода: средний
- Факторы, влияющие на выбор ГДЕ КУПИТЬ АВТО:
  - стоимость.
  - помощь в оформлении документов
  - гарантии на автомобиль (автомобиль «чистый», проверенный)

## Востребованность автомобилей.

- В конце 1990-х мечтой любого автомобилиста была иномарка. На новые у россиян тогда денег не было. Но 10- или даже 20-летний автомобиль, привезенный из Европы, Японии или США, мог стоить так же, как новый российский, а по надежности и потребительским качествам быть на порядок лучше. Рынок постепенно сдавался иномаркам. В 1998 г. в Россию было ввезено 330 000 подержанных автомобилей. Потом из-за девальвации и кризиса был спад. А пик был достигнут в 2002 г. – около 500 000 иномарок. При том что отечественные заводы производили чуть менее 1 млн автомобилей, получается, что на иностранный автохлам (впрочем, многие считали хламом как раз изделия российского автопрома) приходилось от четверти до трети рынка.

# Как рос и падал российский автомобильный рынок

ТЫС. ШТ.



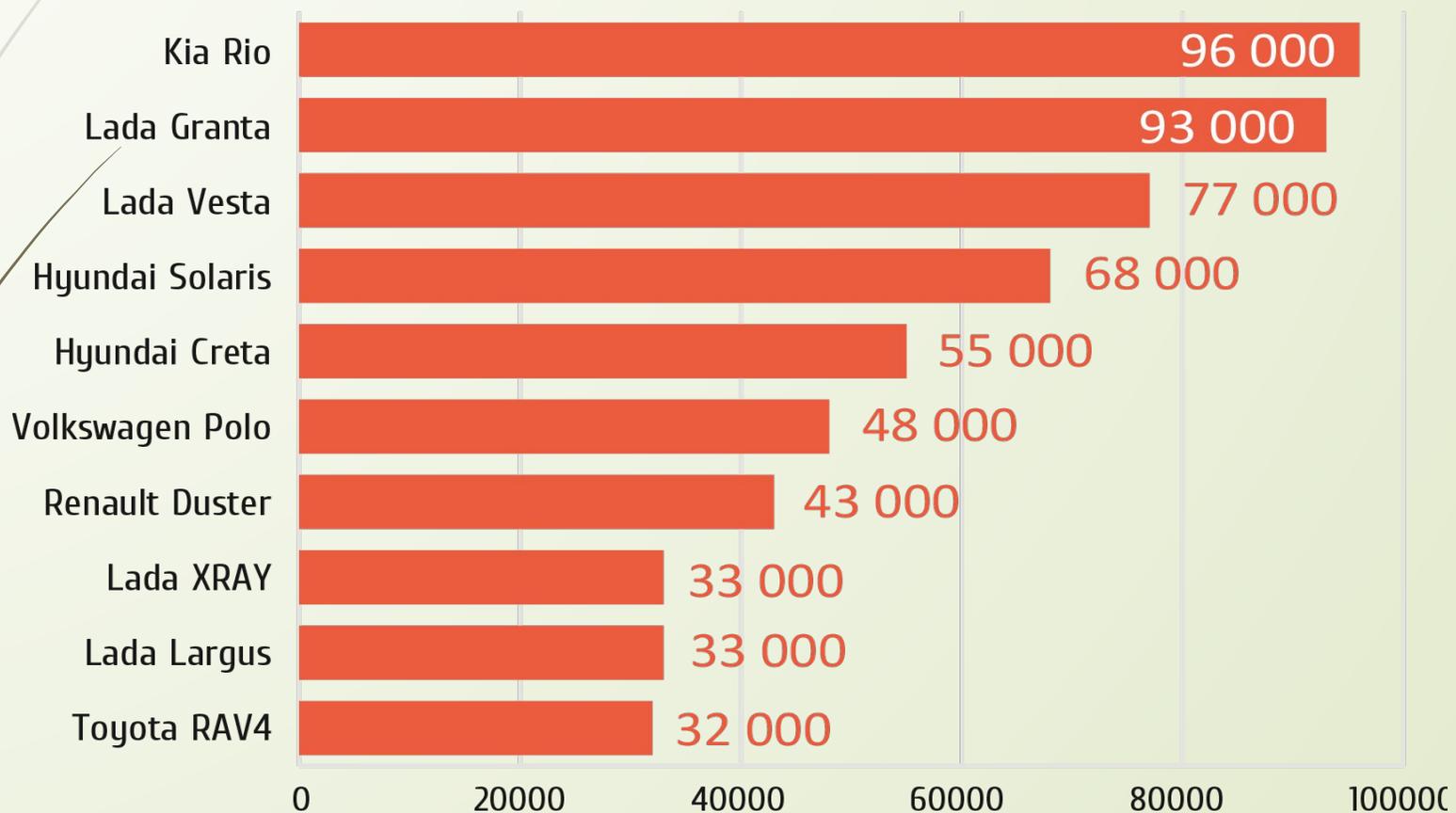
● Производство, отечественные автомобили

● Производство, иномарки

● Продажи легковых автомобилей

● Импорт легковых автомобилей в Россию

# Основные бренды машин, которые выбирает целевая аудитория:





# Отзывы покупателей.

- На самом деле, отзывы все различны. Они зависят от марки автомобиля, цены и производителя.
- Естественно, про дорогие и поддержанные автомобили будут в основном только хорошие отзывы. Например, «BMW» - немецкая компания, которая выпускает автомобили и мотоциклы премиум класса, именно эта марка машины пользуется большим спросом среди покупателей.
- А вот допустим по версиям довольно большого числа экспертов и многих авторитетных изданий, именно Rover CityRover должен занимать первое место в рейтинге худших автомобилей.

Таким образом, только от тех трех критериев зависят отзывы. Чего-то определенного нет. Кого-то устраивает машина, а кому-то она доставляет дискомфорт и неудобства.

# Конкуренция на рынке автомобилей

- Российский рынок всегда был интересен зарубежным коллегам не только из-за процента товарооборота, но и как площадка, на которой можно наладить производство и сборку известных марок автомобилей Европы. Так, например, французский концерн Peugeot основал в Калужской области завод по сборке автомобилей российской линии. Завод занимается только сборкой автомобилей, все необходимое приходит в Калугу. 70% завода принадлежит французам, а 30% можно догадаться кому - японцам. Более осторожные немцы пока думают о расширении линии продаж в России. О планах поделился генеральный директор марки Skoda в России Петр Янеба. Он озвучил главную цель – «увеличить долю рынка». На сегодняшний день концерн имеет 3%, и в основном это было достигнуто благодаря программе по утилизации. В 2011 году необходимо достичь 3.5%, с небольшой оговоркой - при удачном стечении обстоятельств. Высокая конкуренция с другими европейскими или японскими автобрендами может действительно внести серьезные коррективы в «стечение обстоятельств». Но если сравнить с таким брендом, как Subaru, то Шкода выглядит намного перспективнее. Объем продаж японского авто в 2008 году составил 10 087 автомобилей, а в 2009 упал до 4 716 штук. Таким образом, они потеряли 53% продаж. За этот период Шкода потеряла всего лишь 19% продаж при объеме на 2008 год 23 950 единиц и на 2009 19 415 единиц. Российский рынок является перспективным для реализации не только известных мировых брендов автомобилей, но и новинок в мире авто. Прошедшие годы показывают то, что популярность иномарок в России не может особо конкурировать с концерном Lada. Это видно из статистики продажи на 2009 год: их было продано 179 870 шт. Вторую позицию занимает Chevrolet - 60 157 штук. Разрыв ощутимый. Наименее пострадавшими за период 2008 – 2009 года можно считать Citroen, который нарастил при небольших продажах 39%: 2008 год - 4 901 ед., 2009 год - 6 809 ед. Volkswagen увеличил продажи на 4%: 2008 год - 20 586 ед., 2009 год - 21 467 ед. У Cadillac продажи выросли на 2%: 2008 год - 905 ед., 2009 год - 927 ед. Показатели SEAT составляют 1%: 2008 год - 616 ед., 2009 год - 622 ед.

# Заключение:

- В современном мире машины очень востребованы. Автомобиль интересует всех, он нужен всем, потому что делает полезную работу — перевозит людей или грузы. Для каждой перевозки есть подходящие автомобили. Больше всего легковых, пассажирских. В них люди ездят на работу, в магазины, в театр, в отпуск.
- Но также и большой вред от автомобилей. Автомобили очень сильно влияют на экологию, и это происходит не в лучшую сторону. Такой транспорт потребляет очень много ресурсов исчерпаемых источников. Ведь многие заправляют свою машину каждый день, и на это уходит много топлива. Запасы нефти истощаются, при этом страдает и сама природа, так как при ее добыче происходит загрязнение воды, страдают и умирают ее обитатели, а также загрязняется почва.
- Поэтому, есть и плюсы, и минусы в покупке автомобиля. Но в любом случае, это выбор каждого человека