

УДК 338.1

Окландер М.А.*доктор економічних наук,
професор, завідувач кафедри маркетингу
Одеського національного політехнічного університету***Златова І.О.***асистент кафедри маркетингу
Одеського національного політехнічного університету*

ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АВТОМОБІЛЕБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті проаналізовано тенденції розвитку світового та українського автомобільного ринків за 2013 рік. Виділено основні цінові сегменти ринку. Досліджено вплив ширини модельного ряду та ціни на попит на автомобілі.

Ключові слова: автомобільний ринок, автомобільний маркетинг, попит на автомобілі, ціна автомобіля, модельний ряд автомобільного бренду.

Окландер М.А., Златова І.А. ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АВТОМОБИЛЕСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье проанализированы тенденции развития мирового и украинского автомобильного рынков в 2013 год. Выделены основные ценовые сегменты рынка. Исследовано влияние ширины модельного ряда и цены на спрос на автомобили.

Ключевые слова: автомобильный рынок, автомобильный маркетинг, спрос на автомобили, цена автомобиля, модельный ряд автомобильного бренда.

Oklander M.A., Zlatova I.A. THE FACTORS OF COMPETITIVENESS OF THE AUTOMOTIVE ENTERPRISES

The main trends of the global and Ukrainian automotive markets are analyzed. The basic car market price segments are distinguished. The influence of the width of the model range and prices on demand for cars is researched.

Keywords: car market, car marketing, demand for cars, car prices, car lineup.

Постановка проблеми. Розвиток автомобільного ринку є стратегічно важливим питанням для економіки України. Враховуючи значну ненасиченість ринку та перенасиченість ринків Європи, Україна є зручною для інтеграції особливо з боку глобальних автомобільних корпорацій. Автомобілізація країн Європи здебільшого перевищує 500 автомобілів на 1000 чоловік, тому ринок України приваблює своїм потенціалом. Адаже автомобілізація України складає приблизно 187 авто на 1000 чоловік, а це потенціал, як мінімум, 14 млн автомобілів. Асоціація з ЄС поставить під загрозу конкурентне положення українських автомобілебудівних та автомобілескладальних заводів. Вкрай важливо знайти чинники конкурентоспроможності світових ринків легкових автомобілів, а особливо, українського автомобільного ринку, щоб розвинути автомобілебудування, зберегти та збільшити обсяги реалізації автомобілів, виготовлених та зібраних в Україні.

Аналіз попередніх досліджень та публікацій. Попередні дослідження світових автомобільних ринків належать спеціалістам міжнародних банків та консалтингових агенцій Е. Хейманну, К. Гомесу, В. Крюгер, Д. Пікотто та Н.К. Мадлані [2; 3; 4; 7]. Аналіз автомобільних ринків та прогнози розвитку періодично публікує DeutscheBank. Огляд тенденцій світового автомобільного ринку також було проведено дослідниками Є.Ю. Трифоновою [16], Л.В. Яцишиною [17]. Огляд українського автомобільного ринку, а саме питань конкурентоспроможності, було здійснено дослідниками В.В. Мовчаренко та В.В. Гливленко. [12], О. Горбовим та Р.О. Мірошник [10], І.П. Величко та А.В. Бобровською [8].

Постановка завдання. Знайти засоби підвищення продажів автомобілів на українському ринку та ідентифікувати світові тренди ринку, сучасні вподобання споживачів автомобільної продукції. Необхідно досконало вивчити фактори, що впливають на вибір автомобіля. І якщо підприємства не здатні

змінити макромаркетингові чинники, то інструментарій маркетингу в повній мірі підлягає коректуванню.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розглянемо основні тенденції ринку. За підсумками експертів, у 2014 р. очікується підйом виробництва, особливо у США. Проте, вперше Китай наздоганяє США не лише за обсягами виробництва, а й за обсягами продажів, що дозволить йому стати фаворитом на світовому автомобільному ринку. Інші країни BRIC потерпіли спад продажів автомобілів у 2013 році. Щодо Європейського ринку, він стабільно скорочується останні роки, проте східноєвропейські країни зазнають першого зростання ринку за період з 2007 р. Для країн АСЕАН характерний неоднорідний розвиток, проте спільною рисою є першість японських автомобільних брендів в цих країнах. В Європі зростає популярність корейських автомобільних брендів, в Північній Америці – японських, в Південній Америці – німецьких автомобілів та брендів США. [4]

В цілому світовий ринок виріс на 3,9% та склав близько 85,3 млн. автомобілів у 2013 році, досягнувши історичного максимуму (Рис. 1).

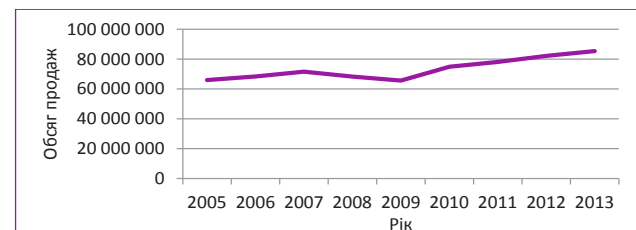


Рис. 1. Обсяги продажів легкових та комерційних авто у світі 2005-2013 рр. [14]

Ринок фактично розподілений між трьома світовими корпораціями: Toyota Company, General Motors та Volkswagen Group, обсяги продажів яких у світі складають 9,98 млн од., 9,71 млн од. та 9,7 млн од. відповідно. (Рис. 2)

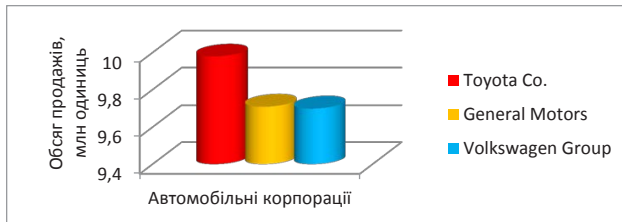


Рис. 2. Обсяг продажів найбільших автомобільних корпорацій світу у 2013 р.

Моделі даних автовиробників є бестселерами в багатьох країнах світу. Важливо відзначити те, що саме моделі автомобілів Toyota захопили основну масу ринків. Для кожного ринку є своя найбільш популярна модель: Toyota Corolla – в Австралії, Toyota Hilux – в Південній Африці, Toyota Aqua – в Японії, Toyota Avanza – в Індонезії. Широкий модельний ряд Toyota, що підлаштовується під особливості тої чи іншої країни, став однією з найвагоміших конкурентних переваг даної корпорації.

На думку Кондратенко О.В., нові джерела прибутку й конкурентоспроможних переваг отримують тільки ті компанії, чий підхід до бізнесу потягнуть за собою виробництво безпечних, зручних, простих за конструкцією автомобілів. За таких умов позиціонування автомобільної продукції на ринку і визначення її конкурентоспроможності розгортається у тріаді трьох кваліфікуючих чинників: економічність, екологічність та експлуатація. Основним параметром успішності на ринку в майбутньому дослідник вважає екологічність. Проте екологічні технології значно підвищують ціну готового продукту. Стандарти

екологічності Євро-5 та Євро-6 потребують використання дорогих сучасних технологій [11].

Питання екологічності автомобілів вважає пріоритетним під час економічної та екологічної кризи Очковська М.С. Вона зазначає, що автомобіль Toyota Prius – перший гібридний автомобіль, що став автомобілем року в Японії в розпал кризи. Це свідчить про важливість екологічних технологій, незважаючи на високі витрати їх впровадження [15].

Такої ж думки притримується американський автор Дж. Шепард Ліпшульц, який вважає, що на даному етапі найбільш актуальними є моделі автомобілів з підвищеною економічністю, безпечністю та екологічністю. Найважливішим показником конкурентоспроможності є скоректована на пальне та залишкову вартість ціна експлуатації та ліквідації автомобіля [5].

Американські дослідники К.Е. Трейн та К. Уінстон стверджують, що окрім таких показників, як ціна, економія пального, потужність для споживача важливими є навіть підсвічування інтер'єру автомобіля та приємна на дотик кнопка стереосистеми, адже вони свідчать про те, що виробник продумав все для якнайкращого облаштування автомобіля. Дослідження показали, що відносні зміни в базових характеристиках автомобіля можуть також завоювати споживачі симпатії, а саме у розмірі, потужності, експлуатаційних витратах, типі кузова, надійності [6].

Аналогічна проблематика присутня в дослідженні американського автора А.Дж. Гейтмена. Було проведено регресійний аналіз щодо того, чи впливають надійність, безпечність, країна-виробник, гарантійний термін та ціна на покупку автомобіля. Було проаналізовано автомобілі вищого середнього цінового

Таблиця 1

Обсяги продажів легкових та комерційних автомобілів в Україні у 2013 р.

Бренди	Кількість моделей	Продажі за брендами	Бренди	Кількість моделей	Продажі за брендами	Бренди	Кількість моделей	Продажі за брендами
Mercedes	21	3446	BRILLIANCE	1	1	JAC	4	97
Porsche	5	780	DAIHATSU	4	55	JEEP	5	369
Lexus	8	1431	DODGE	4	34	KIA	15	12161
Land Rover	6	1704	FERRARY	4	15	Lancia	2	105
Jaguar	4	112	FISKER	1	1	LIFAN	4	141,00
Audi	15	2394	GMC	1	1	MAZDA	7	2629
BMW	14	1939	GUANSHENG	2	4	MG	5	912
Cadillac	3	10	IZH	1	55	ZAZ	5	18634
Infiniti	7	529	JOHNSON	1	1	ACURA	4	30
BYD	6	1540	BOCHENG	1	18	ALFA-ROMEO	3	72
Chery	8	1895	LAMBORGHINI	1	1	ASTON MARTIN	4	4
Chevrolet	16	4871	LANCIA	2	105	BENTLEY	3	42
Chrysler	1	6	LINCOLN	1	2	BOGDAN	2	3988
Citroen	14	4431	MASERATTI	3	13	SEAT	4	548
Daewoo	4	2999	MAYBACH	1	1	RUTA	1	352
FAW	4	437	MITSUBISHI	6	4983	SKODA	8	11772
FIAT	12	4869	MINI	2	148	SMART	1	62
FORD	15	11155	OPEL	11	2002	SSANG YONG	6	3241
GAZ	3	1802	NISSAN	20	10921	SUBARU	5	1554
Geely	9	15084	PEUGEOT	16	5383	SUZUKI	6	1803
Great wall	10	1314	RENAULT	19	12094	TATA	1	3
Honda	9	3308	ROLLS-ROYCE	4	8	TOYOTA	27	14292
Hyundai	19	16755	SAAB	2	2	UAZ	4	534
ISUZU	1	18	SAIPA	1	174	LADA	8	8305
IVECO	1	51	SAMAND	3	85	VOLKSWAGEN	19	14353
						VOLVO	9	923

сегменту за ціною приблизно 17 тис. дол. Проте, суттєвого зв'язку не було виявлено, через що автор припускає несуттєвість цих реальних показників для споживача. Більш важливо при покупці автомобіля його імідж, що був створений шляхом ефективних комунікацій, наскільки престижно виглядає автомобіль та які емоції викликає [1].

За дослідженнями Морозової І.К., показниками високого ступеню розвитку ринку є: поглиблення спеціалізації, розширення сфер використання, якісне підвищення споживчих властивостей продукції, розширення номенклатури, вдосконалення існуючих моделей та ін. [13].

Реалії українського ринку легкових автомобілів свідчать про протилежне. За результатами аналізу ринку, проведеними Величко І.П. та Бобровською А.В. у 2009 р., було зазначено, що ринок переживає кризовий стан, та відзначено основні тенденції вітчизняного ринку: «війна цінників», знижки, зниження цін, заміна маркетингових стратегій і креативних повідомлень «книжковим» рекламним тиском; активація різних пропозицій, програм і знижок на технічне обслуговування в боротьбі за клієнта; поширення лізингових і кредитних програм; зниження середньої ціни купівлі автомобіля [8].

Саме тому дане дослідження має на меті перевірку таких факторів конкурентоспроможності, як ціна та ширина модельного ряду.

Для перевірки впливу ширини модельного ряду на проаналізуємо дані продажів автомобілів в Україні за 2013 р. (Таблиця 1)

Всього було продано 489 моделей автомобілів від 76 брендів. Шляхом кореляційного аналізу повного масиву даних вдалося знайти сильну кореляційну залежність обсягів продаж від кількості автомобілів в модельному ряду. Коефіцієнт кореляції $r = 0,699$, що підтверджує сильний вплив обсягу модельного ряду на продажі.

Найбільшим модельним рядом представлені бренди Nissan, Mercedes-Benz, Hyundai (один з лідерів ринку), Renault, Toyota та Volkswagen (лідери світового ринку), кількість моделей в їх асортименті – близько 20 різнокласових моделей. Це дозволяє охопити всі цільові сегменти споживачів автомобільного ринку. Споживач легше віддає прихильність бренду, якщо він має більший вибір.

Для перевірки впливу ціни проаналізуємо обсяги продажів автомобілів та їх ціни за 2013 рік (Таблиця 2).

Обсяг аналізованих даних склав 344 з 489 моделей. Моделі з незначним обсягом продаж не брали до уваги, через їх непопулярність та відхід з ринку. За результатами кореляційного аналізу повного масиву даних виявлено слабку зворотну залежність між обсягами продажів та ціною на автомобіль (коефіцієнт кореляції $r = -0,239$). Тобто чим нижча ціна на ринку – тим вищі продажі. Слабка кореляція свідчить про те, що ціна є впливовим фактором не для всього масиву даних автомобільного ринку. Логічно зауважити, що вплив ціни на попит не може бути однаковим у всіх цінових сегментах. Для споживачів з низьким рівнем доходу цінність кожної наступної витраченої гривні вища, ніж для споживачів з високим рівнем доходу. Тому необхідно здійснити кореляційний аналіз окремо в основних цінових сегментах.

За допомогою кластерного аналізу 344 моделі автомобілів були розподілені за трьома кластерами залежно від ціни і обсягу продажів. У першому кластері присутні автомобілі за ціною від 700 000 грн. (22 моделі, обсяг продаж 4214 од.), у другому кластері автомобілі за ціною від 330 000 грн. до 690 000 грн

(71 модель, обсяг продаж – 17306 од.), і найоб'ємніший кластер – автомобілі за ціною до 329 000 грн. (250 моделей, обсяг продаж – 192394 од.) (Рис. 3)



Рис. 3. Основні цінові сегменти автомобільного ринку у 2013 р.

Кореляційний аналіз в першому та другому кластері (автомобілі від 330 тис. грн.) показав відсутність навіть найменшого зв'язку між ціною та продажами. Тобто у високому ціновому сегменті ціна абсолютно не впливає на покупку автомобіля. Це означає, що знижки та інші цінові акції не принесуть продажів. Дорогий автомобіль – це, перш за все, статус. Висока ціна та ім'я бренду – це є основні причини покупки преміум та люкс автомобілів. В даних сегментах краще використовувати інші маркетингові інструменти, а саме інструменти комплексу комунікацій, що допоможуть споживачеві вибрати той набір асоціацій, який несе за собою той чи інший бренд. Аналіз третього цінового сегменту – ціна до 330 тис. грн. – показав слабку кореляцію ніж в цілому на ринку (коефіцієнт кореляції $r = -0,233$). Зв'язок між ціною та продажами також зворотній. Виникає необхідність виділити з низько цінового сегменту підсегменти і з'ясувати, в якому з них найбільш відчутна кореляція. Розглянемо автомобілі ціною до 95 тис. грн., цей ціновий діапазон найчастіше відокремлюється виробниками у самостійний. Саме в даному ціновому сегменті повинна бути найвагоміша кореляція ціни та обсягу продажів, адже для споживачів з низьким рівнем доходу найгостріше постає питання ціна-якість, тому повинен діяти закон попиту: чим нижча ціна – тим вищий попит. (Рис. 4) В даному ціновому сегменті кореляція є найбільш помітною $r = -0,365$, проте, все ще слабка. Тобто вплив ціни на продажі не підтверджується. Якщо розглядати вплив ціни не в цінових сегментах, а в рамках класу автомобіля, з'являється дуже цікава залежність. В представницькому, найдорожчому F-класі автомобілів, а це такі моделі, як Land Rover Range Rover, BMW 7, Lexus LS, Mercedes-benz S-class, Audi Q7, Audi A8, Mercedes-benz GL-class, Jaguar XJ, Cadillac

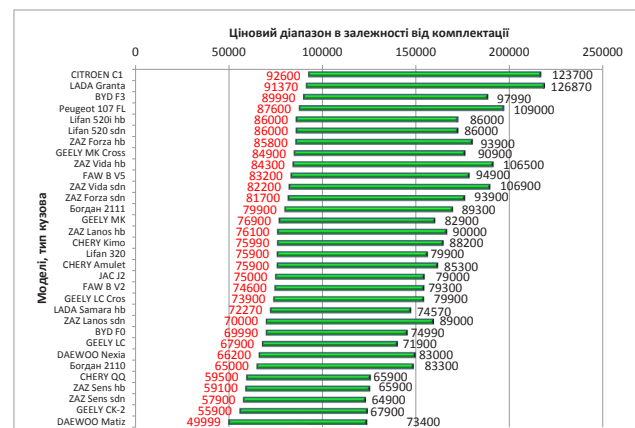


Рис. 4. Сегмент автомобілів ціною до 95 тис. грн.

Таблиця 2

Обсяги продажів та ціни на автомобілі в Україні в розрізі моделей за 2013 р.

Назва моделі	Продажі	Ціна грн	Назва моделі	Продажі	Ціна грн	Назва моделі	Продажі	Ціна грн
MERCEDES-BENZ CL-class	4	1633000	MITSUBISHI Pajero Sport	1273	269100	OPEL Combo	29	150600
MERCEDES-BENZ SL-class	7	1272000	RENAULT Koleos	142	265900	MG 6	233	149900
MERCEDES-BENZ S-class	190	1155000	VW Transporter	691	263500	FORD B-MAX	379	148990
PORSCHE 911	21	1139000	HONDA Accord	991	259600	CITROEN Berlingo	536	148000
LEXUS LS	44	1130000	SUZUKI Kizashi	33	259500	GAZ Sobol	69	148000
LEXUS LX	203	1092000	CHEVROLET Captiva	426	253900	SUZUKI SX4	1212	145900
MERCEDES-BENZ G-class	166	1086000	VOLKSWAGEN Tiguan	1494	253200	MG 550	104	145900
LAND ROVER Range Rover	604	1076000	CITROEN Jumper	48	251900	FIAT Qubo	241	144900
MERCEDES-BENZ ML-class	1111	1000000	NISSAN X-Trail	1725	250920	OPEL Astra	1103	144790
JAGUAR XJ	23	973000	TOYOTA RAV4	2632	250800	KIA Soul	921	144300
AUDI A8	106	972000	MAZDA CX-5	1163	249900	NISSAN Tiida	742	144270
BMW 6	12	955000	SSANG YONG Rexton	464	249900	UAZ Van	446	144000
CADILLAC Escalade	3	936617	FIAT Ducato	110	249900	RENAULT Dokker	581	143800
BMW 6 GC	14	929000	FORD Kuga	1775	248990	LIFAN X60	279	143400
BMW 7	82	865000	PEUGEOT 4008	132	247400	FORD Connect	582	142900
PORSCHE Panamera	84	831000	MITSUBISHI Outlander	1081	246750	GAZ Gazelle	1605	140000
INFINITI QX80	50	824240	SUBARU Forester	821	245100	BYD G6	26	139990
TOYOTA Land Cruiser	985	809200	TOYOTA Avensis	445	244900	CHERY Tiggo	440	139900
LAND ROVER Discovery	90	770000	RENAULT Master	366	243150	BYD F6	81	139000
BMW X6	240	723000	RENAULT Latitude	65	241700	PEUGEOT Partner	344	138700
LEXUS GX	140	721300	PEUGEOT 508	205	240700	KIA Venga	145	138580
MERCEDES-BENZ CLS-class	35	712000	CITROEN Jumpy	6	240500	RENAULT Sanderо	2127	137900
FAW CA1031	126	699900	HYUNDAI ix35	1465	240400	CITROEN C3 Picasso	324	137700
NISSAN Patrol	41	663420	SUBARU Legacy	25	239800	CITROEN C3	5	137700
L. ROVER Range Rover Sport	294	661000	SUZUKI Grand Vitara	241	239000	HYUNDAI Accent	5573	137000
PORSCHE Cayman	7	650000	RUTA 20/22/25	352	239000	UAZ Hunter	37	137000
BMW X5	430	640000	VOLKSWAGEN Jetta	208	235300	GREAT WALL Wingle	38	136000
PORSCHE Cayenne	660	639100	AUDI A1	80	234000	KIA Rio	4479	135632
AUDI A7	77	633000	IVECO Daily 35	51	231331	NISSAN Almera Classic	339	133000
AUDI Q7	640	623000	NISSAN Teana	200	230840	LANCIA Y	85	132900
BMW 5 GT	9	604000	HYUNDAI i40	59	230500	RENAULT Kangoo	330	132300
MERCEDES-BENZ Viano	98	582100	MITSUBISHI L 200	409	230200	FIAT Grande Punto	281	129900
CADILLAC SRX	6	567149	FORD S-MAX	42	229990	FIAT Punto	12	129900
INFINITI FX/QX70	271	550720	ISUZU NLR	18	229000	GEELY Emgrand 8	91	129900
JEEP Grand Cherokee	195	548000	HYUNDAI Sonata	386	228800	KIA Picanto	211	129560
VOLKSWAGEN Touareg	1630	545100	MAZDA 6	951	227900	HYUNDAI i20	493	129500
NISSAN Murano	233	534950	CITROEN DS4	131	225000	GREAT WALL HavalM4	184	128900
INFINITI JX	55	511550	OPEL Antara	102	224540	TOYOTA Yaris	553	128000
JAGUAR XF	85	511000	OPEL Vivaro	30	223400	SUZUKI Splash	148	128000

MERCEDES-BENZ SLK-class	10	504000	KIA Optima/Magentis	338	223000	MG 5	83	127900
MAZDA CX-9	48	499900	SUBARU Impreza	30	222960	JAC J6	15	127000
AUDI Q5	326	488000	PEUGEOT Boxer	482	222500	CHEVROLET Aveo	623	125990
CHRYSLER 300 C	6	488000	SUBARU XV	226	222000	GEELY Emgrand X7	515	124900
AUDI TT	14	481000	SKODA Superb	1335	221000	GREAT WALL HavalM2	110	123900
BMW Z4	8	479000	NISSAN NP300 Pick-Up	136	216410	GR. WALLVolex C30	491	123500
BMW 5	391	477000	KIA Sportage	3282	213610	SKODA Roomster	223	123000
MITSUBISHI Pajero Wagon	421	474000	SUZUKI Jimny	80	211000	SK. Roomster Praktik	175	123000
LEXUS ES	75	465000	PEUGEOT Expert	42	209400	SKODA Rapid	3674	122810
LEXUS RX	819	459000	TOYOTA Verso	97	209200	CITROEN Nemo	69	121900
AUDI A5	39	457000	OPEL Insignia	189	207200	NISSAN Note	839	121850
AUDI A6	479	453000	VW New Beetle	77	204200	OPEL Corsa	240	121400
AUDI A6 Allroad	33	453000	PEUGEOT 3008	380	203700	MG 350	414	120900
AUDI A5 Sportback	114	444000	CHEVROLET Malibu	140	203600	PEUGEOT 208	716	120500
MERCEDES-BENZ E-coupe	43	440000	VOLKSWAGEN Golf	1401	203400	FIAT Linea	1154	119900
MERCEDES-BENZ E-class	311	440000	HONDA Civic	397	200200	RENAULT Logan	4817	118300
MERCEDES-BENZ GLK-class	148	439000	LANCIA Delta	20	199900	MG 3 Cross	78	117900
MERCEDES-BENZ GL-class	798	439000	UAZ 23632	9	199900	VAZ (LADA) 2131	402	117770
INFINITI EX/QX50	54	438420	FORD Transit	996	197800	CITROEN C-Elysee	1589	113800
LEXUS GS	109	431700	HYUNDAI H 100	33	197750	VAZ (LADA) Largus	237	112900
INFINITI M	66	431620	OPEL Mokka	10	196700	FIAT Panda	37	111900
BMW 4	11	423000	RENAULT Scenic	94	196500	FORD Fiesta	2944	110990
BMW X3	212	422000	CHEVROLET Orlando	223	195300	NISSAN Micra	447	110000
LAND ROVER Evoque	379	420800	GREAT WALL Haval H5	153	193100	RENAULT Symbol	88	110000
AUDI Q3	224	418000	OPEL Meriva	10	191100	FORD Focus	3155	109900
TOYOTA Prius	472	413000	MITSUBISHI ASX	1194	190000	FAW Besturn B50	194	109900
TOYOTA Highlander	721	411100	GREAT WALL Haval H6	21	189750	FIAT Doblo	2799	109700
VOLKSWAGEN Multivan	201	403500	SKODA Yeti	490	189700	GEELY Emgrand 7	4192	109000
LEXUS CT	5	402300	FIAT 500L	62	189500	PEUGEOT 301	1603	107600
HONDA Pilot	121	400100	SEAT Leon	109	187200	JAC J5	57	106900
MERCEDES-BENZ Sprinter	150	388500	PEUGEOT 408	284	185400	LIFAN 620	90	103999
LEXUS IS	36	383800	CHEVROLET Tracker	67	184900	CHERY Beat	247	103800
TOYOTA Land Cruiser Prado	1441	377600	HYUNDAI Elantra	2632	183400	SKODA Fabia	2442	103300
HONDA Cross-Tour	128	373300	NISSAN Qashqai	3202	182730	VAZ (LADA) LargusVan	60	101700
VOLKSWAGEN Caravelle	146	368700	SSANG YONG Kyron	596	181900	CHEVROLET Spark	22	100860
TOYOTA Venza	744	363600	SKODA Octavia	3432	180800	CHERY M11	91	99990
KIA Mohave	96	359160	FORD Mondeo	969	179990	SAMAND Runna	14	99900
MERCEDES-BENZ C-class	131	359000	HYUNDAI Tucson	875	179900	CHERY E5/Elara	313	99900
HYUNDAI Grandeur	123	359000	MAZDA 3	349	179900	DAEWOO Gentra	171	99000
AUDI A4	165	353000	CITROEN DS3	8	177600	BYD G3	66	98000
AUDI A4 Allroad	8	353000	OPEL Zafira	285	177600	HYUNDAI i10	1101	97400

LAND ROVER Defender	13	352000	SMART Fortwo	62	175000	VAZ (LADA) Granta	1193	97000
MERCEDES-BENZ CLA-class	42	351000	GAZ Gazelle Next	128	169900	VAZ (LADA) Priora	1870	96370
LAND ROVER Freelander	324	346000	RENAULT Fluence	786	169400	GEELY SL	300	95000
VOLKSWAGEN Amarok	330	342100	PEUGEOT 308	580	168500	CITROEN C1	387	92600
VOLKSWAGEN Crafter	153	341800	VOLKSWAGEN Caddy	1233	168000	BYD F3	1044	89990
BMW X1	250	341000	RENAULT Megane	310	167400	ZAZ Vida	4921	87800
TOYOTA GT 86	27	340100	UAZ Patriot	42	166900	PEUGEOT 107	530	87600
VOLKSWAGEN CC	422	335000	HONDA Jazz	56	166500	LIFAN 520	36	86000
BMW 3	254	335000	FORD C-MAX	240	164990	VAZ (LADA) 4x4	1749	85715
TOYOTA Hi Ace	17	332520	SSANG YONG Korando	2139	164900	GEELY MK-2/Cross	2285	84900
JEEP Wrangler	40	331000	RENAULT Lodgy	197	164800	VAZ (LADA) Kalina	257	84000
NISSAN Pathfinder	299	326360	KIA Cerato	752	164000	FAW V5	91	83200
SUBARU Outback	452	323600	KIA Cerato Koup	7	164000	ZAZ Forza	1524	81700
MERCEDES-BENZ B-class	30	322000	CITROEN C4	1236	163600	GEELY MK	2177	76900
RENAULT Trafic	143	318000	CITROEN C4 Aircross	38	163600	CHERY Kimo	161	75990
MERCEDES-BENZ Vito	104	317500	CHEVROLET Cruze	953	162700	CHERY Amulet	258	75900
INFINITI G	28	314000	CHEVROLET Lacetti	2014	160000	LIFAN 320	98	75900
INFINITI G Coupe	5	314000	TATA Xenon	3	160000	JAC J2	20	75000
MERCEDES-BENZ A-class	57	308000	BYD S6	261	159990	BOGDAN 110 Pick-Up	174	75000
CITROEN DS5	47	306800	GREAT WALL Haval H3	290	159900	FAW V2	26	74600
JEEP Compass	120	305000	RENAULT Duster	2018	158900	ZAZ Lanos Pick-Up	555	74400
KIA Sorento	839	304220	TOYOTA Auris	767	158400	GEELY LC Cross	155	73900
SEAT Altea	96	303200	SUZUKI Swift	89	158000	VAZ (LADA) Samara	2537	70370
HONDA CR-V	1610	297400	PEUGEOT 2008	6	157900	ZAZ Lanos	4537	70000
VOLKSWAGEN Touran	227	291000	GREAT WALL Voleex C50	8	157900	BYD F0	62	69990
FORD Galaxy	16	289990	MITSUBISHI Lancer	605	157300	SAIPA Tiba	174	69990
TOYOTA Camry	1967	286700	CHEVROLET Niva	357	156000	GEELY LC	300	67900
TOYOTA Hilux	370	283800	KIA Cee'd	1034	155000	DAEWOO Nexia	1540	66200
HYUNDAI Santa Fe	1943	280600	FIAT 500	169	154900	BOGDAN 110	3814	65000
HYUNDAI H1	112	278200	JAC S5	5	154000	GEELY CK	5069	59900
AUDI A3	88	276000	NISSAN Juke	2617	153790	CHERY QQ	381	59500
BMW 1	24	276000	SEAT Ibiza	342	153600	ZAZ Sens	7096	57900
NISSAN Navara	79	273820	TOYOTA Corolla	2868	153400	DAEWOO Matiz	1287	49999
MINI Countryman	101	272600	VOLKSWAGEN Polo	4437	151457			
VOLKSWAGEN Passat	1658	271000	HYUNDAI i30	1875	150800			

Escalade, спостерігається зворотна кореляційна залежність. Коефіцієнт кореляції $r = -0,66$, тобто чим вища ціна автомобіля – тим менший обсяг продажів. Для преміум-сегменту така залежність є незвичайною, адже логічно було б припустити, що саме в цьому сегменті ціна є неважливою, а не навпаки.

Висновки з даного дослідження. Таким чином, можна зробити висновок про те, що для більшості сегментів автомобільного ринку ціна не є дуже

впливовим фактором при виборі автомобіля. Ціна впливає на вибір сегмента та класу автомобілів, а от всередині вибраного цінового сегменту споживач не схильний економити на характеристиках та ціні.

Підсумовуючи результат даного дослідження, можна виділити наступні фактори підвищення конкурентоспроможності українського автомобілебудування:

1. Розширення модельного ряду автомобілів, внаслідок чого збільшення обсягів продажів. Інтеграція у вищі класи, сегменти автомобільного ринку. За допомогою збільшення кількості моделей в асортименті автомобілебудівне підприємство зможе охопити більшу кількість споживачів – а отже, збільшити обсяг продажів та частку ринку.

2. Збереження ціни на порівняно низькому рівні з одночасною пропозицією більш дорогих моделей. Хоча між ціною і продажами не виявлено суттєвої кореляції, проте в 2014 році, в умовах нестабільності, найбільшим попитом користуватимуться дешеві автомобілі, пропозиції знижок, продажі за зниженим курсом долара і т. і.

Перспектива подальшого дослідження полягає у виявленні впливу на конкурентоспроможність таких факторів, як екологічність автомобіля, витрати пального, дизайн та безпека.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Adrien J. Gatesman Why are Foreign Manufactured Cars Gaining Market Share in the US Market / A.J. Gatesman // The Park Place Economist, Volume XIII, P. 89-95.
2. C. Gomes Global auto report / Scotiabank – Global Economics – March, 2014.
3. Dan Picciotto, Nishit K. Madhani U.S. Auto Sales SAAR Rebounds Above Standard & Poor's 2013 Estimate / Credit Week – September 25, 2013.
4. Eric Heymann Economic and regulatory prospects for the global automotive industry / E. Heymann // DB Research, November 2013.
5. Jeffrey Thomas Shepherd Lipschultz A Microeconomic Analysis of the Full-Size Automobile Market / J. Lipschultz // Economics & Business Journal: Inquiries & Perspectives – Volume 1 – Number 1 – October 2008. – P. 152-163.
6. Kenneth E. Train, Clifford Winston Vehicle choice behavior and the declining market share of U.S. automakers / International economic review – Vol. 48, No.4, November 2007.
7. Volker Krueger Global light vehicle overview / LMC Automotive Prepared for Standard & Poor's – October 2012.
8. Величко І.П., Бобровська А.В. Дослідження конкурентоспроможності автомобілів на регіональному ринку у кризовий період / І.П. Величко, А.В. Бобровська // Економічний простір. – № 24. – 2009. – С. 66-72.
9. Видрич, Н. В. Ефективність подійного маркетингу в просуванні брендів на автомобільному ринку / Н. В. Видрич, Є. В. Данилович, Т. В. Дубовська // Молодіжжя і наука : збірник матеріалів VI Всеросійської науково-технічної конференції студентів, аспірантів і молодих учених [Електронний ресурс]. – Красноярськ : Сибірський федеральний ун-т, 2011.
10. Горбовий О. Проблеми інноваційного розвитку автомобілебудівної галузі в Україні / О. Горбовий // 70-та студентська науково-технічна конференція : збірник тез доповідей. – Львів. – 2012. – С. 26-27.
11. Кондратенко, О.В. Структура конкурентоспроможності сучасної автомобільної продукції / О.В. Кондратенко // Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. – 2011. – № 1. – С. 197-201.
12. Мовчаренко В.В., Гливенко В.В. Аналіз ринку легкових автомобілів України / В.В. Мовчаренко, В.В. Гливенко // Науковий вісник ЧДІЕУ. – № 3(11) – 2011. – С. 176-179.
13. Морозова І.К. Управление конкурентоспособностью как основа выживания предприятия машиностроительной отрасли Украины / И.К. Морозова // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект. – Сборник научных трудов. – Донецк : ДонНУ, 2013. – С. 238-241.
14. Міжнародна асоціація автовиробників [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.oica.net/>.
15. Очковская М.С. Маркетинговые инструменты в кризисный и посткризисный период / М.С. Очковская // Маркетинг и современность: Сборник научных статей к научно-практическому круглому столу на тему: «Роль современного маркетинга в посткризисном развитии экономики России» от 15 декабря 2009 г. – Москва, 2010. – С.47-55.
16. Трифонова Є.Ю. Аналіз кон'юнктури світового автомобільного ринку / Є.Ю. Трифонова // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского, серия «Экономика и финансы». – 2004. – С. 528-535.
17. Ящишина Л.В. Характеристика світового ринку продукції автомобілебудівної промисловості / Л.В. Ящишина // Матеріали V міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Економічна політика країн ЄС» 23-25 жовтня 2013 р. – Донецьк. – 2013 р. – С. 201-202.

УДК 658.1

Змерзла Т.І.

*аспірант кафедри міжнародних економічних відносин
Хмельницького національного університету*

ТИПОЛОГІЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ

Визначено сутність організаційної культури. Розглянуто існуючі підходи до типології організаційної культури, розділено їх на прості і складні. Виділено характерні особливості типів організаційної культури.

Ключові слова: організаційна культура, типологія, персонал, підприємство.

Змерзла Т.І. ТИПОЛОГИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

Определена сущность организационной культуры. Рассмотрены существующие подходы к типологии организационной культуры, разделено их на простые и сложные. Выделены характерные особенности типов организационной культуры.

Ключевые слова: организационная культура, типология, персонал, предприятие.

Znerzla T.I. TYPOLOGY OF ORGANIZATIONAL CULTURE

The essence of organizational culture. Existing approaches to typology of organizational culture. Divided them into simple and complex. Highlight the characteristics of the types of organizational culture. Advantages and disadvantages of organizational culture.

Keywords: organizational culture, typology, personnel, enterprise.

Постановка проблеми. В даний час організаційна культура визначає місце підприємства в зовнішньому середовищі, спосіб осмислення дійсності і внутрішніх відносин. Вона, як передумова і стереотип, впливає на

формування стратегії діяльності підприємства, прийняття рішень, розподіл влади та поведінку персоналу.

В загальнолюдському розумінні культура – це певний рівень розвитку суспільства і людини, який