

Секция «Региональное и отраслевое развитие в условиях цифровой трансформации»

Анализ факторов, влияющих на ценообразование новых легковых китайских автомобилей в Екатеринбурге

Научный руководитель – Васильева Рогнеда Ивановна

Иконникова Евгения Олеговна

Студент (бакалавр)

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н.Ельцина,
Высшая школа экономики и менеджмента, Екатеринбург, Россия

E-mail: evgeniya.ikonnikova.ole@gmail.com

В 2022 году экономическая деятельность российских компаний в автомобильной отрасли столкнулась с последствиями международных экономических и финансовых санкций со стороны западных стран. Уже можно наблюдать первые последствия этих мер, такие как значительное увеличение цен на автомобили, особенно на китайские модели; проблемы с поставками комплектующих и закрытие заводов по производству иномарок. В настоящее время, если инженерная наука в России не начнет развиваться более активно, чтобы догнать зарубежные достижения, существует риск того, что китайские производители могут занять российский автомобильный рынок, поскольку большинство отечественных марок так или иначе используют китайские технологии в своем производстве.

Стоит отметить, что китайские автомобили продолжают набирать популярность среди российских покупателей, так как предлагают люксовые комплектации и даже электромобили по цене, ниже средней по рынку. Именно поэтому российским производителям необходимо изучать китайских конкурентов и учиться у них, а покупателям – лучше разбираться в новых автомобилях и факторах, влияющих на ценообразование.

Эмпирическая база работы представляет собой совокупность из 4022 наблюдений по тринадцати параметрам. В роли наблюдения выступают данные из сайта по покупке и продаже автомобилей «Авто.ру». Методологическая база включает в себя аналитический, статистический и эконометрический инструментарий.

Стоит учитывать, что при покупке автомобиля покупатель обращает внимание на стоимость содержания автомобиля, амортизацию, расходы на топливо и налоги, которые часто связаны с стоимостью самого транспортного средства [4]. С точки зрения продавцов, слишком высокие цены могут оттолкнуть потенциальных покупателей, в то время как слишком низкие сборы затрудняют получение прибыли, что объясняет важность подбора оптимальной стоимости для продажи как для покупателей, так и для производителей. Именно поэтому в качестве зависимой переменной была выбрана стоимость автомобиля.

В некоторых исследованиях ранее изучались факторы, влияющие на спрос и стоимость новых автомобилей. Результаты неоднозначны, что приводит к необходимости более глубокого изучения данной темы. Ретина Сри Седйати и др. в исследовании обнаружили значительное негативное влияние ценовых факторов легкового автомобиля и цены на топливо премиум-класса на спрос на новые легковые автомобили [5]. Результаты показывают, что мощность, вид топлива и безопасность автомобиля рекомендуется учитывать данные факторы при принятии решения о покупке автомобиля [1,6].

Стоимость автомобиля зависит не только от затрат на производство и маркетинг, но и от ценности бренда и его уникальных особенностей. Исследователи используют гедонистические методы для прогнозирования цен. Однако китайские бренды только начинают выходить на российский рынок, и у потребителей пока нет к ним привязанности, поэтому при выборе автомобиля важнее технические характеристики и цена. [1]. Стоит учитывать, что из-за особенностей и целей эксплуатации легковых автомобилей, мощность и

тип топлива, коробка передач и привод чаще всего берутся за факторы, от которых зависит стоимость транспортного средства [3]. При этом, существует неоднозначность мнений касательно влияния габаритов автомобиля на его стоимость. С одной стороны, их влияние можно связать с размером двигателя и его мощностью, стоимостью комплектующих, оказывающих прямое воздействие на ценообразование. С другой стороны, многие авторы статей не берут в число влияющих факторов длину, ширину и высоту автомобиля, связывая его стоимость только с мощностью, новизной и скоростью [2].

На основе теоретического обзора выдвинута гипотеза: длина автомобиля не оказывает влияния на стоимость китайских автомобилей.

Литературный анализ показал, что в качестве основных факторов, влияющих на стоимость автомобиля, могут быть тип кузова, мощность, год выпуска, привод, коробка передач, тип топлива, количество дверей, количество мест, длина автомобиля, ширина автомобиля, высота автомобиля, комплектация

По результатам эконометрического анализа, была выведена оптимальная модель, решены проблемы мультиколлинеарности и гетероскедастичности, получена модель со значимыми коэффициентами и объясняющей способностью 84%. Наиболее сильная положительная зависимость существует между стоимостью и мощностью двигателя. При этом, данные показатели имеют большой разброс из-за разных вариантов размера автомобиля.

Первоначальная гипотеза не подтвердилась: длина двигателя влияет на стоимость автомобиля.

Потенциальные покупатели и продавцы новых китайских автомобилей могут ожидать высокую стоимость при наличии значительного числа лошадиных сил, а также больших габаритов модели. Поэтому, если покупатель хочет сэкономить на приобретении нового китайского автомобиля, ему следует рассмотреть менее мощные и компактные модели. В то же время, дилерам будет более выгодно продавать мощные и крупные автомобили по высокой цене и делать упор на описание данных характеристик при продаже транспортного средства.

Источники и литература

- 1) Белова Я.С. Анализ факторов, влияющих на стоимость легковых иностранных автомобилей / Я.С. Белова // Вестник Магистратуры. 2016. №12(63). С.102-104.
- 2) Терентьев А.В. Оценка качества автомобиля / А.В.Терентьев, А.А.Капустин // Записки Горного института. 2016. Т.219. С.449-454. DOI 10.18454/PM1.2016.3.449
- 3) Хаитметов А.А., Умаров У.У., Пошаходжаева Г.Ж. Влияние факторов на ценообразование автомобилей / А.А.Хаитметов / Экономика и социум. 2024. №1(116). С.1525-1527.
- 4) Jitendra Sharma, Subrata Kumar Mitra, Developing a used car pricing model applying Multivariate Adaptive regression Splines approach, Expert Systems with Applications, Volume 236, 2024, 121277, ISSN 0957-4174, <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2023.121277>.
- 5) Retina Sri Sedjati, Indra Surya Permana, Wike Pertiwi, Effects of Price and Economic Factors On The Demand of Private Cars In Jakarta Indonesia, International Journal of Civil Engineering and Technology, 8(8), 2017, pp. 724–730. <http://iaeme.com/Home/issue/IJCIET?Volume=8&Issue=8>
- 6) Yulu Guo, J. Andrew Kelly, J. Peter Clinch, Variability in total cost of vehicle ownership across vehicle and user profiles, Communications in Transportation Research, Volume 2, 2022, 100071, ISSN 2772-4247, <https://doi.org/10.1016/j.commtr.2022.100071>.

Иллюстрации

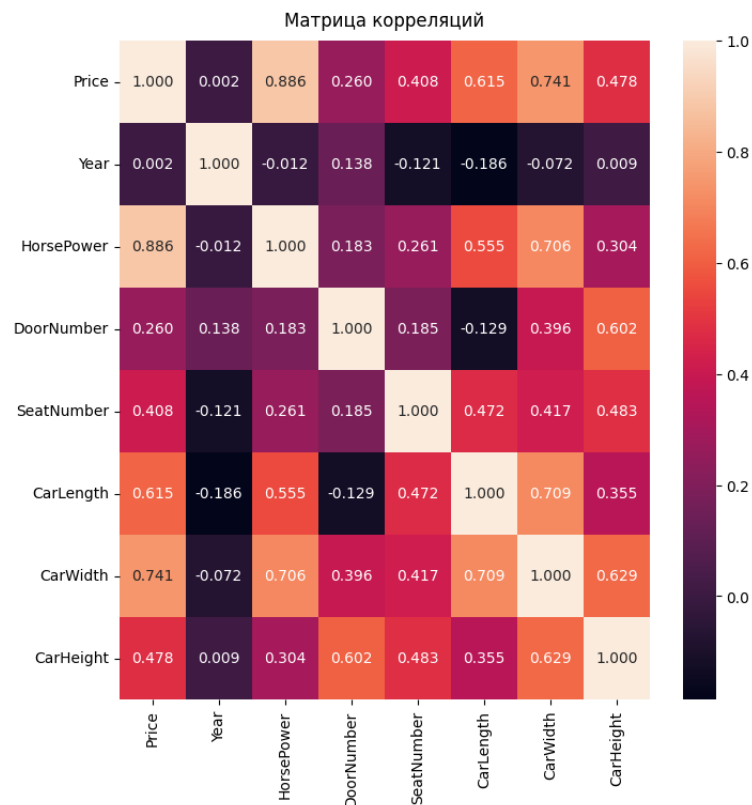


Рис. : Тепловая карта корреляций

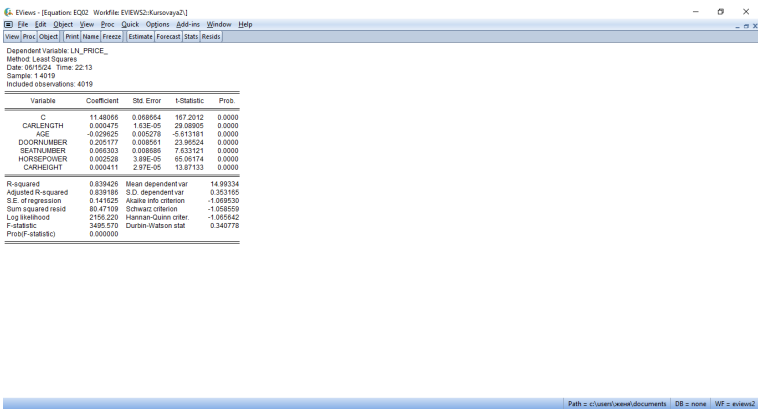


Рис. : Параметры оптимизированной модели