

3. Гуляєв І.О. Міжрегіональна диференціація розвитку вітчизняного ринку продажу легкових автомобілів / І.О. Гуляєв // Економіка. Фінанси. Право : щомісячний інформаційно-аналітичний журнал. – К.: «Аналітик», 2016. – № 8/3. – С. 19-30.

4. Статистичні дані Асоціації автовиробників України «УкрАвтопром» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrautoprom.com.ua/statistika>. – Заголовок з екрану.

## **ДОСЛІДЖЕННЯ ВПОДОБАНЬ ПОКУПЦІВ ЩОДО ВИБОРУ ТИПІВ КУЗОВІВ ЛЕГКОВИКІВ З УРАХУВАННЯМ ВПЛИВУ ЦІНОВОГО ФАКТОРУ (НА ПРИКЛАДІ РИНКУ ПРОДАЖУ ЛЕГКОВИХ АВТОМОБІЛІВ В УКРАЇНІ)**

*Шевченко І.Ю., к.е.н., доцент  
Сідякіна Є.О., Пурдя К.В., студенти  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

У сучасних динамічних умовах легкові автомобілі стали невід’ємною частиною повсякденного життя населення. Легковий автомобіль уже давно є не розкішшю, а засобом задоволення потреби в особистісному транспортуванні. При чому значною мірою ця потреба характеризується типом кузова та ціною легковика, який обирається покупцем для придбання.

Традиційно виділяють такі типи кузовів легкових автомобілів: седан, хетчбек, універсал, ліфтбек, купе, кабриолет, родстер, тарга, позашляховик, пікап, фургон, мінівен, мікрорвен тощо [1].

Згідно даних інформаційно-аналітичної групи «Автоконсалтинг» [2] нині лідерами ринку продажу легкових автомобілів є легковики брендів Toyota (10,31%), Renault (9,03%), Zaz (6,23%), Hyundai (5,81%), Nissan (5,69%), Ford (5,60%), Mazda (4,77%), Volkswagen (4,69%), Skoda (4,57%) та Kia (4,48%).

Дослідимо на прикладі даних брендів легкових автомобілів вподобання покупців щодо вибору типів кузовів легковиків з урахування впливу цінового фактору.

Основні результати дослідження наведено в табл. 1.

Таблиця 1

### **Типи кузовів і ринкові ціни найбільш популярних брендів легкових автомобілів в Україні у 2016 році (сформовано авторами за [2-12])**

Бренд	Модель	Тип кузова	Кількість проданих автомобілів	Середня ринкова ціна легковика, грн.
1	2	3	4	5
Toyota	4Runner	позашляховик	1	1876230
	Auris	хетчбек	87	373464
	Avalon	седан	5	362900

	2	3	4	5
	Avensis	седан	88	543720
	Camry	седан	1070	699000
	Corolla	седан	966	414048
	FJ Cruiser	позашляховик	1	940700
	GT 86	купе	1	509390
	HighLander	позашляховик	215	1118600
	Hilux	пікап	174	858249
	Land Cruiser	позашляховик	270	982910
	Land Cruiser Prado	позашляховик	360	1983072
	Prius	хетчбек	404	678800
	RAV4	позашляховик	738	615273
	Sequoia	позашляховик	1	1007900
	Sienna	мінівен	1	927300
	Tundra	пікап	12	966200
	Venza	позашляховик	54	642400
	Verso	мінівен	7	389700
Yaris	хетчбек	334	506426	
Renault	Captur	позашляховик	5	552670
	Clio	універсал	3	178428
	Duster	позашляховик	1063	391070
	Espace	мінівен	2	1078680
	Fluence	седан	274	429253
	Kadjar	позашляховик	1	700979
	Koleos	позашляховик	46	1091100
	Lodgy	мінівен	143	466068
	Logan	седан	1640	383136
	Megane	хетчбек	187	490838
	Sandero	хетчбек	823	374830
	Scenic	позашляховик	4	516575
	Twizy	хетчбек	2	592620
Zaz	Forza	ліфтбек	128	224130
	Lanos	седан	1121	243048
	Sens	седан	1139	195000
	Vida	седан	505	253050
Hyundai	Accent	седан	341	423900
	Elantra	седан	566	482700
	Equus	седан	1	1471320
	Grandeur	седан	44	324700
	i10	хетчбек	137	387700
	i20	хетчбек	193	471600
	i30	хетчбек	328	534600
	i40	седан	7	1134000
	ix20	мінівен	2	669600
	ix35	позашляховик	270	522400
	Santa Fe	позашляховик	636	1066900
	Sonata	седан	145	692400
Tucson	позашляховик	28	735300	

1	2	3	4	5
Nissan	GT-R	купе	3	1878100
	Juke	позашляховик	618	519840
	Leaf	хетчбек	48	246320
	Micra	хетчбек	229	254400
	Murano	позашляховик	29	660800
	Navara	пікап	17	512800
	NP300 Pick-Up	пікап	92	924230
	Pathfinder	позашляховик	74	1083700
	Patrol	позашляховик	10	568300
	Qashqai	позашляховик	717	610210
	Sentra	седан	94	535000
	Tiida	хетчбек	1	508600
	X-Trail	позашляховик	709	771380
Ford	B-MAX	мінівен	76	530500
	C-MAX	мінівен	27	496100
	EcoSport	позашляховик	127	562000
	Escape	позашляховик	1	770595
	Explorer	позашляховик	11	1678750
	F	пікап	3	529800
	Fiesta	хетчбек	830	507609
	Focus	хетчбек	648	765600
	Kuga	позашляховик	732	1193311
	Mondeo	седан	83	783000
	Mustang	купе	8	894600
	Ranger	пікап	53	1054600
	S-MAX	мінівен	3	1099729
Mazda	2	хетчбек	16	522000
	3	хетчбек	585	533436
	6	седан	576	684648
	CX-5	позашляховик	1038	1059000
Volkswagen	Amarok	пікап	119	1066720
	CC	купе	50	631900
	Golf	універсал	293	1265600
	Jetta	седан	66	555200
	New Beetle	хетчбек	53	382200
	Passat	седан	365	1196400
	Phaeton	седан	6	983800
	Polo	седан	459	531800
	Scirocco	купе	3	559400
	Sharan	мінівен	3	1075100
	Tiguan	позашляховик	378	1207437
	Touareg	позашляховик	344	1399300
Touran	мінівен	41	573400	
Skoda	Citigo	хетчбек	1	395900
	Fabia	універсал	265	469636
	Octavia	хетчбек	842	687414
	Rapid	хетчбек	525	461464
	Roomster	мінівен	13	382700

	2	3	4	5
	Spaceback	ліфтбек	223	418875
	Superb	хетчбек	189	984200
	Yeti	позашляховик	64	587600
Kia	Carens	мінівен	8	468400
	Cee'd	хетчбек	274	548080
	Cerato	седан	34	440800
	Cerato Coup	купе	2	466000
	Optima	седан	38	706800
	Picanto	хетчбек	28	395240
	Rio	седан	362	448880
	Sorento	позашляховик	302	1038100
	Soul	хетчбек	83	364900
	Sportage	позашляховик	948	596440
	Venga	мікрвен	1	360600

Як бачимо з даних табл. 1, вітчизняні покупці при виробі легковиків віддають перевагу седанам, позашляховикам і хетчбекам. При цьому середня ціна седана становила у 2016 році 596740 грн., позашляховика – 907838 грн., хетчбека – 498676 грн.

#### Література:

1. Типы кузовов автомобилей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://bycars.ru/journal/tipi-kuzovov-legkovih-avtomobiley\\_78](https://bycars.ru/journal/tipi-kuzovov-legkovih-avtomobiley_78). – Заглавие с экрана.

2. Статистика автопродаж. Статистические данные информационно-аналитической группы «Автоконсалтинг» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.autoconsulting.com.ua>. – Заглавие с экрана.

3. Toyota в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.toyota.ua>. – Заголовок з екрану.

4. Renault в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.renault.ua>. – Заголовок з екрану.

5. Zaz [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zaz.ua>. – Заголовок з екрану.

6. Hyundai в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://hyundai.com.ua>. – Заголовок з екрану.

7. Nissan в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.nissan.ua>. – Заголовок з екрану.

8. Ford в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ford.ua>. – Заголовок з екрану.

9. Mazda в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mazda.ua>. – Заголовок з екрану.

10. Volkswagen в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.volkswagen.ua>. – Заголовок з екрану.

11. Skoda в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eurocar.com.ua>. – Заголовок з екрану.

12. Кіа в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kia.net.ua>. – Заголовок з екрану.

## **СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Шинкаренко В.Г., д.э.н., профессор  
Харьковский национальный автомобильно-дорожный университет*

Функционирование предприятий в современных быстроизменяющихся условиях со всей остротой обостряет проблему разработки таких инструментов управления, которые бы позволили предприятиям быстро и эффективно приспосабливаться к этим условиям, достигать своих рыночных, экономических и финансовых целей. Таким инструментом является стратегическое управление. Основными его этапами являются: выбор миссии и формулирование целей предприятия, стратегический анализ, установление стратегических альтернатив и выбор стратегии развития предприятия, реализация стратегии, оценка выбранной стратегии и контроль ее реализации. Среди этих этапов особое место занимает стратегический анализ внешней среды функционирования предприятия. Знание среды функционирования предприятия необходимо для: определения тенденций развития среды; установления места, занимаемого предприятием в этой среде; вскрытия угроз и возможностей, которые предприятие должно учитывать при определении своих целей; определения стратегии поведения предприятия и претворения ее в жизнь.

В настоящее время основным методом анализа внешней среды функционирования предприятия является метод, автором которого является Кеннет Эндрюс и еще несколько ученых из Гарвардской школы бизнеса [1]. Они предполагают деление внешней среды предприятия на две части – косвенного и непосредственного воздействия. Данный метод не является единственным. Он ориентирован на предприятия обслуживающего одного клиента.

В основе предложения по совершенствованию методического подхода к анализу внешней среды функционирования предприятия положено сочетание подхода И. Ансоффа [2, с. 76] относительно стратегической сегментации внешней среды и подхода М. Портера [3, с. 20], который определил, что целевое состояние предприятия определяется в результате анализа конкуренции в отрасли. Исходя из этих основополагающих положений, с учетом отраслевых особенностей предлагается следующий алгоритм стратегического анализа внешней среды функционирования предприятий (рис. 1).

Таким образом, получил дальнейшее развитие методический подход к выполнению стратегического анализа внешней среды функционирования предприятия. Его отличие от традиционного состоит в органическом