

2. Вартанова О. Формування моделей компетенції підприємства / О. Вартанова // Збірник наукових праць ЧДТУ. – 2015. – Вип.38 (Том 1). – С. 174-183.

3. Асаул А.Н. Предпринимательские сети в строительстве / А.Н. Асаул, Е.Г. Скуматов, Г.Е. Локтева. – Питер: Гуманистика, 2005. – 256 с.

КЛАСТЕРИЗАЦІЯ ЯКІСНИХ ПРОФІЛІВ РЕГІОНАЛЬНИХ РИНКІВ ПРОДАЖУ ЛЕГКОВИХ АВТОМОБІЛІВ В УКРАЇНІ

Шевченко І.Ю., к.е.н., доцент

Гуляєв І.О., здобувач

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Ринок продажу автомобілів є надзвичайно перспективним об'єктом наукового дослідження, адже його розвиток у значній мірі характеризує соціально-економічний розвиток держави й, у першу чергу, рівень матеріального забезпечення населення. Разом з тим, управління розвитком ринку продажу легкових автомобілів в Україні значно утруднене його суттєвою міжрегіональною диференціацією за критерієм обсягу реалізації легковиків [1-3], яка є закономірним результатом географічної протяжності ринку.

Утім, ефективність управління розвитком національного ринку продажу легкових автомобілів у більшій мірі визначається не кількісною, а якісною диференціацією, що, окрім обсягів реалізації легковиків, враховує й якісну характеристику проданих легкових автомобілів.

У таких умовах актуалізується необхідність кластеризації регіональних ринків продажу легкових автомобілів з метою ідентифікації рівня відповідності їх якісних профілів якісному профілю національного ринку продажу легкових автомобілів.

Критерії такої кластеризації якісних профілів регіональних ринків продажу легкових автомобілів представлені авторами в табл. 1.

Таблиця 1

Критерії кластеризації якісних профілів регіональних ринків продажу легкових автомобілів в Україні*

<i>Кластери</i>	<i>Рівень відповідності якісних профілів регіонального та національного ринків продажу легкових автомобілів</i>
Базовий профіль	$PB = \{0,67-1,33\}$
Системний профіль	$PB = \{0,34-0,66; 1,34-1,66\}$
Варіативний профіль	$PB = \{0,00-0,33; 1,67-2,00\}$
Профіль «екстремум»	$PB > 2,00$

* розроблено авторами.

Як бачимо з табл. 1, пропонується виділяти 4 основні кластери якісних профілів регіональних ринків продажу легкових автомобілів: базовий профіль (якісний профіль регіонального ринку продажу легкових автомобілів, який є

дуже близьким до якісного профілю національного ринку продажу легковиків); системний профіль (якісний профіль регіонального ринку продажу легкових автомобілів, який є переважно близьким до якісного профілю національного ринку продажу легковиків); варіативний профіль (якісний профіль регіонального ринку продажу легкових автомобілів, який відрізняється у порівнянні з якісним профілем національного ринку продажу легковиків); профіль «екстремум» (якісний профіль регіонального ринку продажу легкових автомобілів, який дуже відрізняється у порівнянні з якісним профілем національного ринку продажу легковиків).

У табл. 2 представлені результати кластерного аналізу якісних профілів регіональних ринків продажу легкових автомобілів в Україні за окресленими критеріями (усереднені дані за 2012-2016 рр.).

Таблиця 2

Результати кластерного аналізу якісних профілів регіональних ринків продажу легкових автомобілів в Україні*

<i>Кластери якісних профілів регіональних ринків продажу легкових автомобілів</i>			
<i>Базовий профіль</i>	<i>Системний профіль</i>	<i>Варіативний профіль</i>	<i>Профіль «екстремум»</i>
Дніпропетровська область (РВ = 1,23), Київська область (РВ = 0,72), Автономна республіка Крим (РВ = 0,70), Одеська область (РВ = 0,94), Харківська область (РВ = 1,00)	Луганська область (РВ = 0,65), Донецька область (РВ = 1,40), Запорізька область (РВ = 0,53), Львівська область (РВ = 0,48)	Вінницька область (РВ = 0,20), Волинська область (РВ = 0,11), Житомирська область (РВ = 0,17), Закарпатська область (РВ = 0,21), Івано-Франківська область (РВ = 0,14), Кіровоградська область (РВ = 0,23), Миколаївська область (РВ = 0,29), Полтавська область (РВ = 0,33), Рівненська область (РВ = 0,12), Сумська область (РВ = 0,23), Тернопільська область (РВ = 0,12), Херсонська область (РВ = 0,25), Хмельницька область (РВ = 0,22), Черкаська область (РВ = 0,24), Чернігівська область (РВ = 0,14), Чернівецька область (РВ = 0,09)	м. Київ

* розраховано авторами на основі даних джерела [4].

Література:

1. Шевченко І.Ю. Регіональні особливості розвитку ринку продажу легкових автомобілів в Україні / І.Ю. Шевченко, І.О. Гуляєв // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Серія «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2016. – № 851. – С. 128-133.

2. Shevchenko I.Yu. Rating assessment of the regional cars sale markets in Ukraine / I.Yu. Shevchenko, I.O. Gulyaev // Problems of development modern science: theory and practice: Collection of scientific articles. – EDEX, Madrid, España, 2016. – P. 165-170.

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