

УДК 338.43

РОЖКОВА НАДЕЖДА КОНСТАНТИНОВНА

д.э.н., профессор,
Государственный университет управления (ГУУ), г.Москва,
e-mail: nakoro@yandex.ru

DOI:10.26726/1812-7096-2020-03-107-115

МЕСТО И ЗНАЧЕНИЕ ДИЛЕРСКИХ КОМПАНИЙ В АВТОМОБИЛЬНОМ РЫНКЕ РОССИИ

Аннотация. *Цель работы.* В статье проанализирована роль сети дилерских организаций, сложившаяся на российском автомобильном рынке. *Метод проведения работы.* Системный подход к статистическому анализу структуры рынка автомобилей. *Результаты.* Дилерская компания представляет собой коммерческую организацию, которая занимает промежуточное место при продаже автомобилей, образуя последовательную цепь: производитель автомобиля — дилерская компания — конечный покупатель. Кроме того, дилерская компания оказывает прочие услуги, основой которых являются работы по поведению автомобиля до товарного вида. В результате анализа рынка автомобилей в России за ряд лет было доказано, что эффективность работы дилерских компаний находится в тесной зависимости от определенных факторов, таких как объем производства, марка автомобиля, производитель и т. п. На основании статистических данных автомобильного рынка России приведены доказательства того, что на деятельность как дилерской организации, так и дилерских центров оказывает достаточно значительное влияние конкуренция. *Область применения результатов.* Результаты данного исследования целесообразно применять для изучения рынка автомобилей как в России, так и за рубежом. *Выводы.* Проведенный анализ автомобильного рынка России показал его глобальность и зависимость как от макроэкономических показателей, так и от элементарного спроса на выпускаемую продукцию.

Ключевые слова: автомобильный рынок, дилерские организации, динамика рынка.

ROZHKOVA NADEZHDA KONSTANTINOVNA

Dr.Sc. of Economics, Professor,
State University of management (GUU), Moscow,
e-mail: nakoro@yandex.ru

PLACE AND VALUE OF DEALER COMPANIES IN THE RUSSIAN AUTOMOTIVE MARKET

Abstract. *Purpose of work.* The article analyzes the role of a network of dealer organizations in the Russian automobile market. *The method of carrying out the work.* A systematic approach to statistical analysis of the structure of the car market. *Results.* A dealer company is a commercial organization that occupies an intermediate place in the sale of cars, forming a sequential chain: the manufacturer of the car-the dealer company-the final buyer. In addition, the dealer company provides other services, the basis of which is the work on the behavior of the car to marketable form. As a result of the analysis of the car market in Russia for a number of years, it has been proved that the efficiency of dealer companies is closely dependent on certain factors, such as production volume, car brand, manufacturer, etc. based on the statistical data of the Russian automobile market, evidence is provided that the activities of both the dealer organization and dealerships are significantly influenced by competition. *Scope of the results.* The results of this study should be used to study the car market both in Russia and abroad. *Conclusions.* The analysis of the Russian automobile market has shown its globality and dependence on both macroeconomic indicators and basic demand for manufactured products.

Keywords: car market, the dealership, the dynamics of the market.

Введение. Промышленность по производству автомобилей относится к машиностроению и играет значительную роль в экономике большинства стран, поскольку выпускаемая продукция пользуется повышенным спросом и является высококорентабельной. При производстве автомобилей используются высокие технологии, научная организация труда и значительная численность персонала, что позволяет отрасли занимать ведущие позиции в экономике.

Особую роль занимает процесс продажи автомобилей, который осуществляется, как правило, дилерскими компаниями. Дилерские компании оказывают посреднические услуги по реализации автомобилей, что существенно влияет на уровень рынка автомобилей. Наряду с дилерскими компаниями продажей автомобилей занимаются дилерские центры. Если дилерская компания – это самостоятельное юридическое лицо, то дилерский центр может быть структурным подразделением завода по производству автомобилей или самостоятельной организацией. И если дилерская организация, как правило, оказывает только услуги по продаже автомобилей, то дилерские центры, кроме функции продавца, осуществляют ремонт и модификацию автомобилей. Дилерский центр может принадлежать как автомобильной компании, так и иметь мультибренд. Мультибрендовыми дилерами считаются те дилерские центры, в ассортименте которых имеются автомобили от разных брендов.

Дилерские компании имеют большое влияние на формирование структуры рынка автомобилей, так как эти организации стремятся занять лидирующее положение путем охвата всех производителей независимо от страновой принадлежности. Количество дилерских компаний в России растет из года в год. Рост количества дилерских компаний в России на 1 января 2019 года составил более 3 % [7].

Методы исследования. Дилерские взаимоотношения в России возникли в результате взаимодействия с зарубежными партнерами. Основным документом являлось дилерское соглашение, состав и структура которого базировались на зарубежных законодательных актах, часто противоречащих действующему законодательству России. В 2015 году, в связи с изменением статьи 421 Гражданского кодекса РФ, дилерские организации имеют право заключать агентский договор по продаже автомобилей [1]. Компания может быть дилерской при условии обеспечения достаточных условий обслуживания, также нужно иметь убедительный имидж.

Дилерские компании выступают дополнительным элементом, связывающим производителя автомобилей и покупателя. Вхождение на региональный рынок бренда автомобиля в большой степени обусловлено эффективной деятельностью дилерской компании. Целью производителя автомобиля является его производство, а реализация полностью лежит на дилерах. Производитель рекламирует бренд и новую модель, а дилер выполняет всю основную работу по входу каждой модели на рынок и эффективной ее продажи [10].

Цель дилерской компании является оказание содействия и стимулирование спроса на представленную на рынке автомобильную модель, а также его продажа. Большое значение играет не только сама продажа, но и создание высокого имиджа дилерской компании и автомобиля в целях увеличения объема покупки.

Зарубежные производители автомобилей наиболее требовательны к качеству реализации готовой продукции. Они постоянно контролируют работу дилеров на основе определенных эталонов работы продавцов и повышения уровня эффективной работы дилеров. Основными методами контроля являются постоянные проверки соблюдения качества продажи, наличия стендов и зоны продажи, символики, а также качество и доброжелательность работников по продаже. Проверяются сервисные цеха на предмет повышения их эффективности и соответствия мировым стандартам.

Функции дилерских компаний не заканчиваются процессом продажи. Эти функции включают в себя предпродажные и послепродажные услуги. В ходе продажи может быть предложено страхование, при недостатке денежных средств имеет место услуга по кредитованию. После продажи могут быть предложены запасные части, заключение договора на ремонт автомобиля [4].

Обязательной функцией дилерской компании является обработка информации по продаже и предоставление этой информации производителю автомобилей. На основе представленной информации производитель принимает эффективные управленческие решения по объему и бренду автомобилей. Работа по сбору аналитической информации осуществляется дилерски-

ми компаниями в различных направлениях. Прежде всего это ежемесячная информация о объеме проданных автомобилей в количественном и денежном выражении в разрезе каждого региона. Представленная информация дает возможность производителю составить реальный бюджет продаж по каждой марке автомобиля в региональном разрезе. Второй вид информации представляет собой отчетные данные о работе дилерской компании. Данная информация представляется производителю в целях оценки работы дилерской компании.

На основе представленной информации производитель готовит отчет по объему продаж и эффективности работы дилерской компании в разрезе регионов. На основе отчета принимается решение о продолжении сотрудничества с каждой дилерской компанией.

Автомобильный рынок России, как и во всех других странах, тесно связан с дилерскими компаниями, поскольку чем эффективнее работа дилеров, тем выше уровень автомобильного рынка. Дилерские компании имеют дело с конечными покупателями, они же формируют информацию о потребностях покупателей, которая жизненно необходима производителям. Можно сделать вывод, что чем эффективнее работа дилерской компании, а также лучше и достовернее информация, представляемая ими производителю, тем выше уровень рынка автомобилей в регионе.

В России сложилась ситуация, что соотношение ценовой составляющей по автомобилю и заработной плате населения значительно больше, чем в развитых странах. Такое положение несколько тормозит рост рынка автомобилей. Спрос и цена на автомобиль тесно взаимосвязаны, и наблюдается наряду с ростом цены рост продаж автомобилей. Так, в 2018 году средняя цена нового автомобиля в России составила 1,38 млн рублей, что на 2,9 % больше, чем в 2017 году. Наблюдается значительный рост стоимости автомобилей премиум класса, средняя стоимость которых в 2017 году составила 2,7 млн рублей, в 2018 году – уже 3 млн рублей [18, 19]. Особенно большое влияние на рост цен автомобилей чувствуют бюджетные покупатели, что существенно снижает объем продаж автомобилей. Следовательно, ценовая политика является одним из основных факторов, которые влияют на рост рынка автомобилей.

2019 год стал годом роста российского автомобильного рынка. Основные факторы, которые повлияли на этот рост, – это прежде всего отсроченный спрос на автомобили, рост активности потребителей и поддержка государственного сектора.

Автомобильный рынок России имеет существенный резерв роста, который можно реализовать при благоприятных условиях в стране (рисунок 1).



Рис. 1. Динамика продаж новых автомобилей в России в периодах 2012–2018 годов [5, 6, 7].

В результате экономического кризиса и санкций в отношении России произошло снижение спроса и предложений в массовом сегменте автомобилей, что и вызвало такой спад. С 2017 года идет постепенный рост потребительского спроса на автомобили.

Значительные возможности роста рынка обусловлены отложенным спросом, накопленным

за 2013–2016 годы, невысокой плотностью автомобильного парка, его изношенностью, и также трендом к возобновлению базовых макроэкономических характеристик – цен на нефть, реальной прибыли населения, потребительской деятельности, доступности автомобильных кредитов.

Прирост торговли иномарками отечественного производства оказался ниже среднеотраслевого уровня и набрал 17 %. Согласно первому полугодю 2018 года, около 62 % всех проданных новых легковых автомобилей пришлось непосредственно на этот сегмент [3, 12]. Сохранению позиций и конкурентоспособности иномарок отечественного производства во многом содействовали разные программы господдержки.

Доля импорта в совокупных продажах в первом полугодии 2018 года составила примерно 16 %. Благодаря повышению ставки утилизационного сбора, а также вследствие укрепления рубля в феврале – марте 2018 года реализации импортных легковых автомобилей в первом полугодии возросли на 23 % [13].

В денежном выражении рынок показал рост в рублевом и долларом выражении, при этом в рублевом выражении рынок увеличился больше (23 % против 19 %) благодаря ослаблению рубля в первом полугодии 2018 года по сравнению с подобным периодом минувшего года [14].

Ключевые условия, которые непосредственно влияют на рынок автомобилей:

1. Малый и средний бизнес. Из-за роста экономики активность секторов малого и среднего бизнеса будет повышаться, что будет содействовать росту торговли легких коммерческих автомобилей.

2. Государственная поддержка. Продление действия государственного проекта лизинга и льготного кредитования будет способствовать увеличению продаж коммерческого транспорта.

В таблице 1 представлена динамика продаж новых автомобилей за 2018 год. Как можно видеть, массовый сегмент автомобилей возглавляет новый китайский представитель – Zotye. Судя по количеству проданных автомобилей, бренд совсем недавно появился на российском рынке. Возможно, в ближайшем будущем Zotye будет набирать обороты [20].

Объектами анализа российского автомобильного рынка выступили три представителя автопрома: французского (ЗАО «Рено Россия»), южнокорейского (ООО «КИА Моторс Россия И СНГ»), китайского (ООО «Лифан Моторс Рус»).

ЗАО «Рено Россия» имеет свой собственный автомобильный завод, который находится в Москве, на территории бывшего недостроенного завода двигателей (ОАО «Москвич»). До 2014 года организация называлась «Автофрамос», что можно было расшифровать как «автомобили Франции и России» [17]. ООО «КИА Моторс Россия И СНГ» также имеет свои заводы: ИжАвто в Ижевске и «Автотор» в Калининграде [16].

Автомобили «Лифан» с 2007 года собирала автомобильная компания «Derways». С 2009 года объем выпуска должен был составлять не менее 25000 автомобилей в год. В 2015 году компания «Лифан Моторс Рус» вела переговоры с липецкими властями о строительстве собственного завода на 1500 рабочих мест в особой экономической зоне под Липецком. Объем инвестиций составлял 300 миллионов долларов. Но в результате экономического кризиса и спада спроса на автомобили временно приостановлено строительство завода. В 2018 году «Лифан» прекратил сотрудничество с автомобильной компанией «Derways». В 2019 году организация «Лифан Моторс Рус» не нашла себе завод для производства автомобилей, поэтому поставляет автомобили напрямую из Китая. Сравним показатели анализируемых автомобильных организаций за 2012 и 2016 годы и наглядно посмотрим динамику спада продаж их автомобилей [15].

Как можно видеть, пятилетнее падение спроса крайне сильно повлияло на продажу автомобилей «Renault». Продажи ЗАО «РЕНО Россия» упали практически на 39 %. Нельзя сказать, что представителей «Киа» потрясло падение продаж, как их французских коллег. Компания все также находилась в топе по продажам благодаря модели «Rio».

Автомобили организации «Лифан», можно сказать, не почувствовали на себе этот кризис. Возможно, результатом успеха стала заморозка строительства собственного завода по производству автомобилей и снижение производства автомобилей на заводе «Derways» в 2 раза, в результате чего компания на сэкономленные ресурсы проводила маркетинговые компании для поддержания спроса на свою продукцию.

Таблица 1

Динамика продаж новых автомобилей в России за 2018 год.

Массовый сегмент	Количество (штук)	Динамика по сравнению с 2017 годом, в %	Премиальный сегмент	Количество (штук)	Динамика по сравнению с 2017 годом, в %
Zotye	3175	+191,80	Genesis	1831	+77,8
Honda	5113	+110,06	MINI	2330	+47,5
Mitsubishi	45391	+86,65	Jeep	1773	+39,2
Haval	3213	+69,60	BMW	35619	+18,7
Geely	3352	+50,00	Jaguar	2537	+16,8
Subaru	8032	+32,60	Porsche	5118	+11,8
Skoda	81450	+30,70	Volvo	7772	+10,9
KIA	227584	+25,10	Land Rover	9840	+10,8
Mazda	31683	+22,30	Mercedes Benz	37788	+2,7
Suzuki	6016	+20,30	Lexus	24312	+2,6
Volkswagen	106056	+18,50	Audi	16216	-3,9
Lada	360204	+15,90	Infiniti	4664	-6,4
Toyota	108492	+15,10	Cadillac	1176	-13,9
Hyundai	178269	+12,90	Smart	689	-26,2
Peugeot	5514	+11,80			
Nissan	80925	+6,50			
Ford	53234	+5,70			
Renault	137062	+0,30			
YAS	41252	-0,90			
Chery	5611	-5,00			
Chevrolet	30021	-6,40			
Lifan	15097	-11,00			
Citroen	3710	-15,20			
Datcun	20559	-26,10			
Ravon	5184	-65,60			

Если посмотреть динамику автомобильного рынка за 2016 год, то его список возглавляет автомобили «Лифан» с реализованными 17 460 автомашин и динамикой в +15,4 %. Автомобили «Renault» закончили 2016 год с отрицательной динамикой и показателями 117 230 проданных автомобилей и -2,6 % в динамике за предыдущий период. Автомобили «Киа» демонстрируют 149 567 и -8,5 % соответственно (рисунки 2, 3).

На основе рисунка 2 можно сделать вывод, что анализируемые дилерские организации преодолели экономический кризис с минимальными для себя потерями. Согласно анализу проданных автомобилей за 2016 год, статистику возглавил бренд «Lifan» с показателями динамики +15,4 %.

Приведем анализ продаж по трем брендам автомобилей на российском автомобильном рынке, который представлен на рис. 3.

За основу предложенной диаграммы был взят общий суммарный объем продаж этих брендов за анализируемый период (284257 в 2016 году, 335593 в 2017 году, 602 885 в 2018 году).

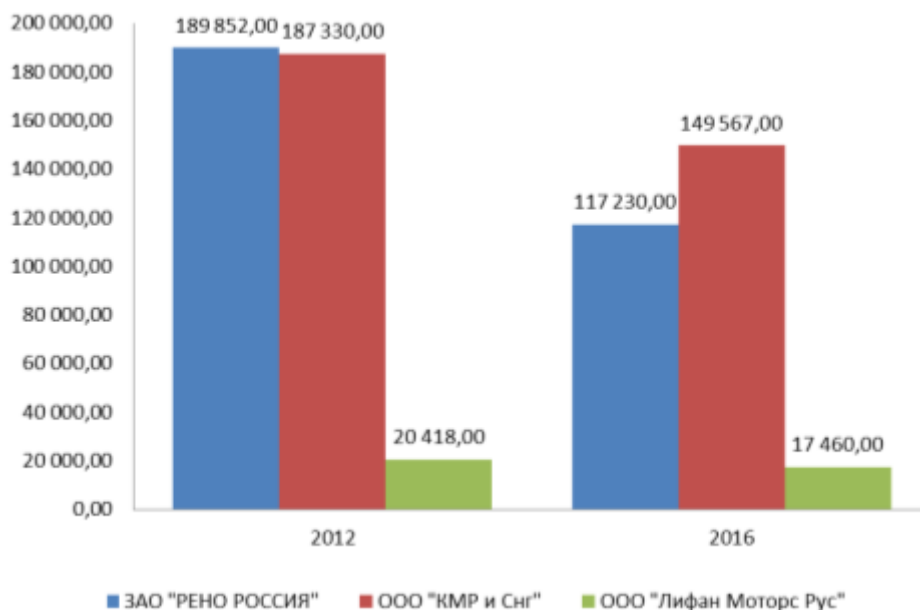


Рис. 2. Сравнительная диаграмма продаж.

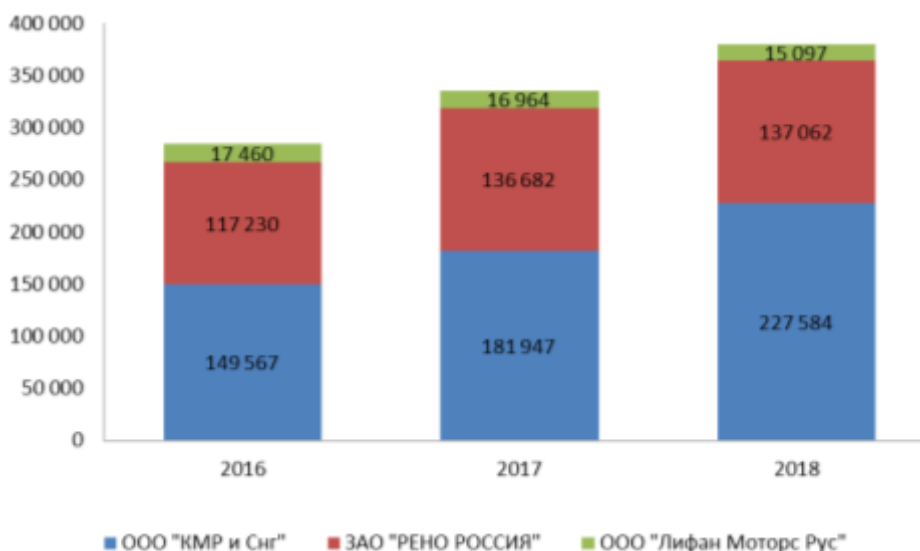


Рис. 3. Сравнение уровня продаж автомобилей в России в периодах 2016–2018 годов по брендам [2, 9, 11].

По представленной диаграмме можно сделать вывод о том, что «Рено Россия» и «Киа» наращивают потери за 2012–2016 годы. Французский бренд показал рост продаж в 2018 году на 52 % по сравнению с 2016 годом. Представители «Киа» пошли дальше и продемонстрировали рост продаж выше докризисного периода. Динамика роста составила 21,5 %. Это замечательный показатель при условии, что «Киа» также переживала спад продаж. Можно сделать вывод, что французский представитель по-прежнему наращивает продажи своей продукции на российском рынке, показатели организации по сравнению с 2017 годом возросли на 0,3 %, а в объеме – на 380 автомобилей.

ООО «КРМ и СНГ» реализовало 227578 автомобилей (+25 %) при общем росте массового сегмента на 13,9 %. Такие показатели гарантировали южнокорейской марке первенство на рынке иномарок.

Однако на фоне роста спроса на автомобили продажи «Лифан» показали спад продаж. Если в 2016 году бренд «Лифан» показал рост на 15,4 %, то в 2017 показал отрицательную динамику в -2,8 %. А в 2018 году динамика уже составила -11 %. Это может быть связано как с низки-

ми показателями спроса на китайский бренд, недоверия к китайским автомобилям, так и слабыми маркетинговыми кампаниями. На фоне новых антирекордов российского автомобильного рынка рост продаж китайских автомобилей измерялся нередко двузначными цифрами. Таким образом, согласно результатам первого полугодия 2018 года, россияне купили примерно 15,7 тыс. автомобилей китайских марок, это на 6 % больше, чем в 2017 году. И это на фоне 14 % падения рынка легковых автомобилей.

Хотя существует значительное количество факторов, которые влияют на динамику рынка автомобилей в России, нами выделены существенные факторы, влияющий на изменение рынка автомобилей. Автомобиль является дорогим предметом, который служит значительное количество лет. Собственник автомобиля ощущает достаточный уровень комфорта, приобретая это средство. Это положительно влияет на рост автомобильного рынка. Однако темпы роста заработной платы отстают от темпов роста цен на автомобиль. Такое соотношение имеет отрицательную направленность на рынок автомобилей.

В настоящее время в России наблюдаются процессы поддержки рынка автомобилей. Одним из таких мероприятий является выдача кредита с государственной поддержкой, когда автомобиль покупается без первоначального взноса по льготной процентной ставке. Другой субсидией является снижение цены лизинга. Эти меры, безусловно, повышают уровень продаж автомобилей.

Правительство Российской Федерации принимает различные мероприятия по поддержке автомобильного рынка. Здесь имеется в виду субсидирование процентной ставки по автомобильному кредитованию, снижение цены лизинга, а также добавочная закупка автотранспорта, коммерческого автотранспорта, спецтехники федеральными органами. Кроме того, рассматриваются в сторону повышения средства, выделенные на осуществление проектов утилизаций старого транспорта.

Для компаний ЗАО «Рено Россия» и ООО «КМР и СНГ» данная схема подходит с небольшими изменениями: поскольку «Renault» за все свое время присутствия на отечественном рынке и при сотрудничестве с Правительством России приобрели собственный завод, а «Киа» наладил производство в России на заводе «Автотор» в Калининграде, для них следует между «Представительством в России» и «Дилерскими организациями» добавить сектор «Завод – изготовитель».

Выводы. Анализируя нынешнее состояние автомобильного рынка, можно сделать вывод, что он вышел из кризисного состояния и стремительно набирает обороты для возвращения к докризисным показателям. На примере трех компаний, ЗАО «Рено Россия», ООО «КМР и СНГ» и ООО «Лифан Моторс Рус», были проанализированы докризисное состояние, момент падения спроса и постепенный подъем. Выявлено, что представительство «Киа» смогло за 2 года не только нарастить снизившиеся объемы продаж, но и также пойти дальше вверх. Бренд «Лифан» по большей части зависит именно от спроса. Бренд «Renault» от ЗАО «Рено Россия» по-прежнему является одним из лидеров продаж своего продукта. Здесь играют роль не только умеренные цены на автомобиль, но и на запасные части, а также их доступность и эффективность обслуживания автомобилей.

Литература

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая): [федер. закон: принят Гос. Думой 31 октября 1994 г. № 51-ФЗ (ред. от 13.07.2015)]. СПС «КонсультантПлюс». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/> (дата обращения: 01.02.2020), свободный. – Загл. с экрана.
2. Алимova Л. Р. Анализ состояния дилерских сетей в России / Л. Р. Алимova // Вестник университета – 2018. – № 3. – С. 71–74.
3. Бутов А. М. Рынок легковых автомобилей / А. М. Бутов. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://dcenter.hse.ru/data/2017/08/30/1173968062/> (дата обращения: 01.02.2020), свободный. – Загл. с экрана.
4. Ветров А. С., Абушаева Э. Т. Сравнительный анализ сервисного обслуживания автомобилей в авторизованных дилерских центрах / А. С. Ветров, Э. Т. Абушаева // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2018. – № 1. – С. 36–39.
5. Динамика российского авторынka России в 2016 году / Аналитическое агентство «Автостат». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.autostat.ru/infographics/28654/> (дата обращения 01.02.2020), свободный. – Загл. с экрана.
6. Динамика российского авторынka России в 2017 году / Аналитическое агентство «Автостат». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.auto-stat.ru/infographics/32757/> (дата обращения

- 01.02.2020), свободный. – Загл. с экрана.
7. Динамика российского авторынка России в 2018 году / Аналитическое агентство «Автостат». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.auto stat.ru / infographics/37409/> (дата обращения 01.02.2020), свободный. – Загл. с экрана.
8. Егорова С. Е. Гаджиева В. В., Будкина О. М. Управление затратами и процесс бюджетирования в дилерском центре / С. Е. Егорова и другие // Наука и инновации в XXI веке: актуальные вопросы, открытия и достижения. Сборник статей X Международной научно-практической конференции. Изд: Наука и Просвещение. – Пенза. – 2018. – С.118–121
9. Илдарханов Р. Ф., Бугуев А. А., Захаров А. С., Попов Е. С. Анализ соответствия дилерского автосервиса стандартам дистрибьютора /Р. Ф. Илдарханов и другие // Глобальный научный потенциал. – 2018. – № 7(52). – С. 90–92.
10. Катаев Ю. В., Мalyxa Е. Ф. Повышение эффективности дилерских предприятий на основе управления качеством услуг / Ю. В. Катаев Е. Ф. Мalyxa // Наука без границ. – 2018. – № 5 (22). – С. 73–78.
11. Лобода В. Емкость российского рынка услуг автосервиса в 2017 году / В. Лобода. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.autostat.ru / infographics/32676/> (дата обращения: 01.02.2020), свободный. – Загл. с экрана.
12. Нечаева М. Н. Рынок легковых автомобилей в России: анализ перевозок, логистика поставок и прогноз производства / М. Н. Нечаева // Развитие экономической науки на транспорте «Новые решения»: материалы II Международной научно-практической конференции. – Санкт-Петербург: ПГУПС, 2018. – С. 348–353.
13. Павлова Е. В. Анализ автомобильного рынка России и дилерской сети LADA / Е. В. Павлова // Вектор науки. – 2019. – № 2 (21). – С. 51–54.
14. Савин А. В. Перспективы развития автомобильной отрасли в России / А. В. Савин // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2018. – № 7 (часть 2). – С. 311–316.
15. Сайт ООО «Лифан Моторс Рус». [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.lifan-car.ru, свободный. – Загл. с экрана.
16. Сайт ООО «КМР и СНГ». [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.Kia.ru, свободный. – Загл. с экрана.
17. Сайт ЗАО «РЕНО РОССИЯ». [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.renault.ru, свободный. – Загл. с экрана.
18. Средневзвешенные цены автомобилей в России в I полугодии 2017 года / Аналитическое агентство «Автостат». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.autostat.ru / infographics/30865/> (дата обращения 01.02.2020), свободный. – Загл. с экрана.
19. Средневзвешенные цены автомобилей в России в I полугодии 2018 года / Аналитическое агентство «Автостат». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.autostat.ru / infographics/35482/> (дата обращения 01.02.2020), свободный. – Загл. с экрана.
20. Степанов А. А. Развитие автомобильного бизнеса в России / А. А. Степанов и другие // Вестник Транспорта. – 2018. – № 1. – С. 13–17.

References:

1. Grazhdanskiy kodeks Rossijskoj Federacii (chast' pervaya): [feder. zakon: prinyat Gos. Dumoj 31 oktyabrya 1994 g. № 51-FZ (red. ot 13.07.2015)]. SPS «Konsul'tantPhyus». [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <http://www.consultant.ru/> (data obrashcheniya: 01.02.2020), svobodnyj. – Zagl. s ekrana.
2. Alimova L. R. Analiz sostoyaniya dilerskih setej v Rossii / L. R. Alimova // Vestnik universiteta – 2018. – № 3. – S. 71–74.
3. Butov A. M. Rynok legkovykh avtomobilej / A. M. Butov. [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <https://dcenter.hse.ru/data/2017/08/30/1173968062/> (data obrashcheniya: 01.02.2020), svobodnyj. – Zagl. s ekrana.
4. Vetrov A. S., Abushaeva E. T. Sravnitel'nyj analiz servisnogo obsluzhivaniya avtomobilej v avtorizovannykh dilerskih centrakh / A. S. Vetrov, E. T. Abushaeva // Vestnik Saratovskogo gosudarstvennogo social'no-ekonomicheskogo universiteta. – 2018. – № 1. – S. 36–39.
5. Dinamika rossijskogo avtorynka Rossii v 2016 godu / Analiticheskoe agentstvo «Avtostat». [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <https://www.autostat.ru / infographics/28654/> (data obrashcheniya 01.02.2020), svobodnyj. – Zagl. s ekrana.
6. Dinamika rossijskogo avtorynka Rossii v 2017 godu / Analiticheskoe agentstvo «Avtostat». [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <https://www.auto stat.ru / infographics/32757/> (data obrashcheniya 01.02.2020), svobodnyj. – Zagl. s ekrana.
7. Dinamika rossijskogo avtorynka Rossii v 2018 godu / Analiticheskoe agentstvo «Avtostat». [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <https://www.auto stat.ru / infographics/37409/> (data obrashcheniya 01.02.2020), svobodnyj. – Zagl. s ekrana.
8. Egorova S. E. Gadzhieva V. V., Budkina O. M. Upravlenie zatratami i process byudzhetrovaniya v diler'skom centre / S. E. Egorova i drugie // Nauka i innovacii v XXI veke: aktual'nye voprosy, otkrytiya i dostizheniya. Sbornik statej X Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. Izd: Nauka i Prosveshchenie. – Penza. – 2018. – S.118–121
9. Ildarhanov R. F., Buguev A. A., Zaharov A. S., Popov E. S. Analiz sootvetstviya dilerskogo avtocentra standartam distrib'yutora /R. F. Ildarhanov i drugie // Global'nyj nauchnyj potencial. – 2018. – № 7(52). – S. 90–92.
10. Kataev YU. V., Malyha E. F. Povyshenie effektivnosti dilerskih predpriyatij na osnove upravleniya kachestvom uslug / YU. V. Kataev E. F. Malyha // Nauka bez granic. – 2018. – № 5 (22). – S. 73–78.
11. Loboda V. Emkost' rossijskogo rynka uslug avtoservisa v 2017 godu / V. Loboda. [Elektronnyj resurs].

- Rezhim dostupa: <https://www.autostat.ru/infographics/32676/> (data obrashcheniya: 01.02.2020), svobodnyj. – Zagl. s ekrana.
12. Nechaeva M. N. Rynok legkovykh avtomobilej v Rossii: analiz perevozok, logistika postavok i prognoz proizvodstva / M. N. Nechaeva // *Razvitie ekonomicheskoy nauki na transporte «Novye resheniya»: materialy II Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii.* – Sankt-Peterburg: PGUPS, 2018. – S. 348–353.
13. Pavlova E. V. Analiz avtomobil'nogo rynka Rossii i dilerskoj seti LADA / E. V. Pavlova // *Vektor nauki.* – 2019. – № 2 (21). – S. 51–54.
14. Savin A. V. Perspektivy razvitiya avtomobil'noj otrasli v Rossii / A. V. Savin // *Mezhdunarodnyj zhurnal prikladnyh i fundamental'nyh issledovanij.* – 2018. – № 7 (chast' 2). – S. 311–316.
15. Sajt OOO «Lifan Motors Rus». [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: www.lifan-car.ru, svobodnyj. – Zagl. s ekrana.
16. Sajt OOO «KMR i SNG». [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: www.Kia.ru, svobodnyj. – Zagl. s ekrana.
17. Sajt ZAO «RENO ROSSIYA». [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: www.renault.ru, svobodnyj. – Zagl. s ekrana.
18. Srednevzveshennye ceny avtomobilej v Rossii v 1 polugodii 2017 goda / Analiticheskoe agentstvo «Avtostat». [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <https://www.autostat.ru/infographics/30865/> (data obrashcheniya 01.02.2020), svobodnyj. – Zagl. s ekrana.
19. Srednevzveshennye ceny avtomobilej v Rossii v 1 polugodii 2018 goda / Analiticheskoe agentstvo «Avtostat». [Elektronnyj resurs]. Rezhim dostupa: <https://www.autostat.ru/infographics/35482/> (data obrashcheniya 01.02.2020), svobodnyj. – Zagl. s ekrana.
20. Stepanov A. A. Razvitie avtomobil'nogo biznesa v Rossii / A. A. Stepanov i drugie // *Vestnik Transporta.* – 2018. – № 1. – S. 13–17.