

Адаптация бизнес моделей авто ритейла к кризисным ситуациям на рынке

Научный руководитель – Федорова Фарида Шариповна

Булатецкая Екатерина Андреевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Экономический факультет, Москва, Россия

E-mail: eabulatetskaya@yahoo.com

**Адаптация бизнес моделей авто ритейла к кризисным ситуациям на рынке
Булатецкая Екатерина Андреевна**

Студент (магистратура)

Московский Государственный Университет имени М.В. Ломоносова,
Экономический факультет, Москва, Россия

e-mail: mailto:eabulatetskaya@yahoo.com

В наше время покупка автомобиля для человека является важным и значимым моментом в жизни. Это особенно касается российского потребителя. Если посмотреть на процесс покупки товаров и услуг в 2020 году, то можно заметить, что большая часть бизнеса, в том числе западного авто ритейла, полностью или частично ушли в онлайн продажи. Но, что касается продажи автомобилей, то на российском рынке данный европейский тренд не проявился явно.

В докладе будут рассмотрены следующие вопросы:

1. Состояние авто ритейла в России в период кризисных ситуаций. Несмотря на то, что время идёт вперёд, и процесс цифровизации развивается, компании авто ритейла пока функционируют по сложившейся бизнес-модели, внося лишь отдельные коррективы в ее элементы.

2. Текущая ситуация на рынке авто ритейла в России. Покупатель и продавец в силу ряда причин пока не видят процесс покупки автомобиля полностью в онлайн среде, хотя отдельные такие предложения уже появляются.

3. Изменение бизнес-моделей компаний авто ритейла в настоящих условиях для сохранения своего положения на рынке и конкурентоспособности. Компании авто ритейла не только не готовы, но и не хотят продавать автомобили онлайн. Компании авто ритейла должны подумать и предложить автопроизводителям услуги, которые позволят им сохранить своё место в системе онлайн продаж.

4. Инструменты, которые компании авто ритейла использовали в условиях кризиса для удержания спроса и повышения продаж. Развитие онлайн продаж несёт риск выхода автомобильных дилеров из цепочки продаж автомобиля. Среди основных инструментов стоит выделить: сокращение издержек без сокращения персонала, перевод сотрудников и возможные процессы в онлайн среду.

Проведенное исследование показало, что мировой опыт показывает явный тренд в сторону онлайн продаж и российский авто ритейл тоже должен двигаться в этом направлении. Но пока вопрос онлайн продаж российского авто ритейла остается открытым.

Источники и литература

- 1) Andrew Burn COVID 19 - A catalyst for change in auto retail? // KPMG UK Blog. – 2020.

- 2) How the Rise of 'Digital' is Changing Consumer & Dealer Experiences // Cox Automotive. – 2020.
- 3) Susan Givens 2020 Automotive E-Commerce Report. A comprehensive guide to contactless commerce & e-commerce platforms // Automotive News. – 2020.
- 4) В. Рыдаев Нужны ли автодилеры экономике будущего // Деловой Петербург. – 2017.
- 5) Вирус разрушит производственные цепочки в мировом бизнесе // Автомобили ru. – 2020.
- 6) Грамматчиков А. Авторитейл в заносе // Эксперт. – 2018. №17-19. – С.
- 7) Лузина М. Спрос на автомобили с пробегом в 2020 году – динамика к новым по месяцам // Автостат. – 2021.