

# НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО АВТОРЫНКА: МНЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ

ИССЛЕДОВАНИЕ  
В СИНДИКАТИВНОМ  
СООБЩЕСТВЕ  
IPSOS В РОССИИ

АПРЕЛЬ, 2022

GAME CHANGERS







# ПОВЕДЕНИЕ АВТОМОБИЛИСТОВ И ОТНОШЕНИЕ К СЦЕНАРИЯМ РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ

Логика последних событий подсказывает три основных направления развития автомобильного рынка России. Они связаны с: 1) поведением традиционных импортных автомобильных игроков-брендов (нынешние европейские, японские, корейские); 2) усилением и появлением новых азиатских марок (китайских, индийских и пр.); 3) ростом отечественного автопрома и появлением новых брендов. Общий контекст, в котором будут происходить изменения, связан, скорее, с усилением локализации производства и импортозамещения.

Мы решили выяснить отношение россиян к возможным направлениям развития авторынка. А также узнали, какие поведенческие стратегии выбирают автовладельцы в нынешней ситуации



- 1 Как изменилось поведение и действия потребителей в автомобильной сфере?**
- 2 Направления развития: традиционный импорт, усиление азиатских/российских марок. Что думают потребители?**
- 3 Каково отношение к каждому направлению развития и какой информации ждут автовладельцы от групп марок?**
- 4 Традиционные импортные автомобильные бренды: как меняется отношение потребителей?**



## СОДЕРЖАНИЕ ОТЧЕТА

### 1 КАК АВТОМОБИЛИСТЫ ВЕДУТ СЕБЯ В НОВОЙ СИТУАЦИИ?

- ▶ Решения о продаже и покупке автомобиля, сроке его эксплуатации
- ▶ Действия в отношении запчастей, шин, масел и расходных материалов
- ▶ ДЦ или независимый СТО?
- ▶ Роль автомобиля: меняется ли?

### 2 РОССИЙСКИЙ АВТОПРОМ: КАКИЕ ЕСТЬ ОЖИДАНИЯ?

- ▶ Надежды и опасения в связи с развитием российских автопроизводств
- ▶ Информация, которую хотят получать автомобилисты
- ▶ Отношение к возможному возрождению российских/советских автобрендов

### 3 В ЧЕМ ПЕРСПЕКТИВЫ АЗИАТСКИХ БРЕНДОВ?

- ▶ Действия, которых ждут потребители
- ▶ Восприятие китайских брендов; отношение к приходу новых азиатских марок
- ▶ Коммуникации и информирование
- ▶ Сотрудничество с российскими производителями и локализация

### 4 КАКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ЕСТЬ У ПРИВЫЧНЫХ АВТОБРЕНДОВ?

- ▶ Восприятие брендов – в том числе, изменения в связи с текущей ситуацией
- ▶ Ожидания потребителей в отношении действий и коммуникаций
- ▶ Опасения и «боли» в связи с уходом/ сокращением деятельности брендов



ПОЛНАЯ ВЕРСИЯ ДОСТУПНА ПО ПОДПИСКЕ.  
СТОИМОСТЬ ОТЧЕТА: 280 ТЫС. РУБ. БЕЗ НДС





# СЦЕНАРИИ РАЗВИТИЯ АВТОИНДУСТРИИ: ОТНОШЕНИЕ К ГРУППАМ БРЕНДОВ

**К продолжительному росту цен на автомобили от производителей и дилеров, присоединилась угроза ухода брендов с российского авторынка. Это вызывает неопределенность и тревожность относительно возможности покупки новой машины и дальнейшего обслуживания существующей. Данный контекст определяет отношение к направлениям развития отрасли и группам брендов.**



Ниже некоторые результаты нынешнего восприятия групп брендов. Более развернутая информация, анализ по другим темам и рекомендации – в полном отчете.

## ТРАДИЦИОННЫЙ ИМПОРТ

Традиционные импортные бренды задают стандарты и качества продукта, и эмоционального опыта – создавая сильную позитивную связь с потребителем.

Образ: приветливые и близкие, улыбчивые и уютные. Хорошо «понимают меня и мои потребности». Эти бренды постоянно развиваются, вводят инновации, но также задают видение прогресса, привлекательные сценарии будущего. А также стиль жизни, которому хочется следовать. Ожидания: дать определенность и доступные цены



Модели развиваются, дополняются современной электроникой, оборудованием для безопасного вождения.

Многие иностранные бренды используют более экологичные методы создания своих товаров – в том числе, выпускают электромобили. Всё это не может не радовать!  
(ж, Москва, 30)

## КИТАЙСКИЕ МАРКИ

Нынешние китайские бренды заслужили репутацию создателей качественного, надежного и конкурентного продукта. Однако: 1) остается много негативных мифов, 2) имидж цена-качество, 3) слабая и иногда даже негативная эмоциональная связь.

Образ: часто эмоционально холодный и отстраненный. Иногда вызывающий опасение – что-то неизвестное и даже агрессивное.

Необходимо усиливать эмоционально позитивную составляющую  
Ожидания: перспективный, надежный и быстрый вариант выправления ситуации



Насчет китайских автомобилей есть опасения по технике безопасности. И они сделаны экономно, чрезмерно экономно. Как такие автомобили будут вести себя в условиях нашей зимы, при плохой уборке снега?.. Я считаю, что производство автомобилей нужно организовать в России в сотрудничестве с отечественными компаниями  
(ж, Санкт-Петербург, 48)

## РОССИЙСКИЕ МАРКИ

Сценарий с развитием российских производителей и брендов является желанным для многих. Однако вера в его качественное воплощение низка в связи с ошибками и неудачами прошлого, которые необходимо исправлять. Российским маркам предстоит большая работа по выстраиванию веры в продукт и позитивной эмоциональной связи



Преимущества развития российского автопрома? Для страны – это укрепление экономики и появление новых рабочих мест; для меня – доступность автомобиля и адекватная стоимость. Отношение к этому самое положительное!  
(м, Воронеж, 36)



**КАК ВОЗМОЖНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО АВТОРЫНКА ОПРЕДЕЛЯЮТ ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ? – ЧИТАЙТЕ В ПОЛНОЙ ВЕРСИИ!**



## О ПРОЕКТЕ

Синдикативное онлайн-сообщество типичных потребителей, объединяющее 300 человек из разных российских городов.



**МЕТОДОЛОГИЯ:** качественное исследование  
**КОЛИЧЕСТВО УЧАСТНИКОВ:** 30-40 респондентов

## ТЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЙ В 2022 ГОДУ

- Жёсткие дискаунтеры: в духе времени
- Отношение к компаниям, приостанавливающим деятельность в России
- Изменения в использовании медиа и социальных сетей
- Потребительские типы и их стратегии в новых условиях
- Отношение к локальным, западным и азиатским брендам в разных категориях
- Российский авторьнок в новой ситуации
- Беспилотные технологии
- Доставка продуктов питания
- Интерес к финансовой грамотности и как ее повышают
- Марафоны желаний и рост мистического сознания
- Кибербезопасность и защита ПД

## ФОРМАТЫ УЧАСТИЯ В ПРОЕКТЕ

### ПОДПИСКА НА РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСОВ

Опция 1: 1 отчет	Опция 2: 2 отчета	Опция 3: 3 отчета
280 000 руб.	520 000 руб.	750 000 руб.

- 1 дискуссия в 3 недели: 11 тем в 2022 году
- В конце каждой 3-й недели предоставляется отчет (summary в формате pptx объемом до 15-20 слайдов)

### Ad hoc ПРОЕКТЫ ПО ЗАПРОСУ

**Тема по запросу**  
от 240 000 руб.

**Сроки**  
1 неделя от брифа до отчёта

#### Области применения:

- Слишком специфический / частный вопрос для отдельного качественного исследования
- Срочно нужен отклик реальных потребителей!
- Предварительный этап для другого исследования



**СВЯЖИТЕСЬ С НАМИ**

[Denis.Afanasko@ipsos.com](mailto:Denis.Afanasko@ipsos.com)

[Ekaterina.Kotova@ipsos.com](mailto:Ekaterina.Kotova@ipsos.com)

Цены указаны без учета НДС (20%)

