**Аннотация**

В данной работе приведены результаты маркетингового исследования рынка потребителей грузовых автомобилей.

Целью настоящего исследования является получение и анализ первичной информации для выявления факторов, влияющих на отношение потребителей к услугам и продукции ОАО «КАМАЗ» в частности, а также выявление предпочтений потребителей в сфере данных услуг, с целью дальнейшего улучшения своих товаров. И изучение политики конкурентных фирм.

Исходя из целей исследования, были определены его задачи:

- определить, какие проблемы возникли у компании;

- определить целевую группу для данной продукции;

-провести опрос населения.

1. **Сведения о компании.**

**ОАО «КАМАЗ»**

### 423827, Российская Федерация, Республика Татарстан, г. Набережные Челны, проспект Автозаводский, 2.

Открытое акционерное общество «КАМАЗ» создано 23 августа 1990 года путем преобразования Производственного объединения «КАМАЗ» Министерства автомобильного и сельскохозяйственного машиностроения СССР в акционерное общество открытого типа в соответствии с Постановлением Совета Министров СССР № 616 от 25.06.90 г. Общество зарегистрировано:

* исполкомом Набережночелнинского городского Совета народных депутатов ТАССР, решение № 564 от 23 августа 1990 г., регистрационное удостоверение № 1.
* Министерством финансов Республики Татарстан как совместное предприятие в виде акционерного общества (АО «КАМАЗ») 1 августа 1991 года с реестровым № 1.

**1.1 Продукция**

ОАО «КАМАЗ» выпускает широкую гамму грузовой техники: грузовые автомобили (более 30 моделей, свыше 400 комплектаций, автомобили с правым рулём), прицепы, автобусы, тракторы, двигатели, силовые агрегаты и различный инструмент. Грузовые автомобили марки КАМАЗ представлены более чем 50 базовыми модификациями с разнообразной комплектацией. За последние годы гамма выпускаемой продукции расширилась за счёт новых моделей и семейств автомобилей – от городских развозных грузовиков до автомобилей повышенной грузоподъёмности для эксплуатации в составе автопоездов полной массой до 120 тонн.

«КАМАЗ» традиционно позиционирует на рынке грузовых автомобилей полной массой от 14 до 40 тонн. В последние годы гамма продукции компании значительно расширилась. Освоено производство среднетоннажных автомобилей, расширен модельный ряд автомобилей повышенной грузоподъемности. Кроме того, на рынок были выведены новые продукты: автомобили КАМАЗ-43255, КАМАЗ-43261, КАМАЗ-63505.

В 2009-2010 годах грузовые автомобили КАМАЗ начали оснащаться рестайлинговыми кабинами. В предыдущие годы были улучшены технические характеристики и потребительские свойства автомобилей – как путём применения автокомпонентов ведущих производителей, так и внедрения собственных оригинальных разработок. Всё это позволило компании создать так называемый «модельный ряд 2010 года», который составит основу производственной программы компании до создания совершенно нового модельного ряда автомобилей КАМАЗ к 2014 году. В 2012 году, с вводом в России технических регламентов, соответствующих международным стандартам «Евро-4», КАМАЗы будут оснащаться двигателями этого экологического уровня.

**1.2 Конкуренты**

***«Группа ГАЗ»***

Компания основана в 2005 году в результате реструктуризации производственных активов ОАО «Руспромавто», существовавшего с 2001 года. В состав «Группы ГАЗ» входят ОАО «ГАЗ», 18 автомобилестроительных предприятий в России, сбытовые и сервисные структуры. Штаб-квартира компании расположена в Нижнем Новгороде. Консолидированная выручка от реализации Группы «ГАЗ» в 2008 году составила 143 миллиарда рублей.

***«МАЗ»***

«МАЗ» - это брэнд, завоевавший признание своей продукции не только в Беларуси, но и далеко за ее пределами.  
Продукция Минского автомобильного завода – это техника, соответствующая экологическим стандартам Евро-3, Евро-4, Евро-5.   
Под маркой «МАЗ» с конвейера завода сходят седельные тягачи, бортовые автомобили, шасси под установку различного спецоборудования. Всего боле 500 моделей и модификаций.

**Доля рынка**

**70%** продаж – на рынке в РФ

**30%** продаж за рубежом

**1.3 Стратегия развития данной фирмы**

**1.4 Предлагаемая организационная структура отдела маркетинга.**

**2. План исследования:**

**2.1 Проблемы возникшие у компании.**

Увеличение конкуренции, спад спроса на товары и услуги фирмы, отсутствие новых товаров и услуг на рынке грузовых автомобилей. Все эти факторы характеризуют проблемы фирмы, в связи с обозначенными проблемами, было принято решение о разработке и производстве нового продукта – Седельный тягач КАМАЗ 5460.В отличии от старого тягача КАМАЗ 54115, КАМАЗ 5460 - это увеличении сервисного интервала на 80%, увеличение удельной грузоподъемности на 8%, снижение расхода топлива на 10%, увеличение ресурса на 15%, а также новая удобная рестайлинговая кабина.

**2.2 Цели исследования.**

Целью настоящего исследования является получение и анализ первичной информации для выявления факторов, влияющих на отношение потребителей к услугам и продукции ОАО «КАМАЗ», в частности КАМАЗ 5460, а также выявление предпочтений потребителей в сфере данных услуг, с целью дальнейшего улучшения своих товаров. И изучение политики конкурентных фирм.

**2.3 Используемый метод проведения маркетинговых исследований.**

В данной ситуации используется метод разведочных исследований. Этот метод маркетинговых исследований хорош тем, что с его помощью можно лучше определить проблемы и выдвигаемые предложения, что значительно облегчит работу. Так же используется метод фокус-групп, позволяет генерировать идеи, получать данные о потребностях, об отношении потребителей к определенным товарам, изучать эмоциональную и поведенческую реакцию потребителя. Что позволит составить более четкую картину рынка потребителя, а в дальнейшем поможет в определении стратегии развития маркетинга фирмы.

**2.4 Целевая группа данной продукции.**

Предприятия всех отраслей экономики, где применяются грузовые автомобили, компании, занимающиеся грузовыми автоперевозками, региональные и городские автохозяйства России и стран традиционных продаж, естественные монополии, крупные корпоративные клиенты, государственные предприятия и учреждения, подразделения силовых министерств и ведомств. Крупнейшие потребители продукции ОАО «КАМАЗ» в нашей стране – Министерство обороны России, МЧС, «ГАЗПРОМ», «ЛУКОЙЛ», «СУЭК», «ТНК» и др.

**2.5 Анкета.**

**Уважаемый респондент!**

ОАО «КАМАЗ» проводит опрос потребителей большегрузной техники с целью выявления степени удовлетворенности предлагаемой рынком продукцией и уровнем сервиса.

Будем очень признательны, если Вы укажете как можно большее количество марок, и по возможности моделей автомобилей, находящихся у вас в эксплуатации.

Заранее благодарим за сотрудничество!

Начало формы

**1.** Количество грузовых автомобилей в вашем парке, шт   
Конец формы



**2.** Автомобили какой марки преобладают в парке вашего предприятия? (не более пяти)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **КАМАЗ** | **МАЗ** | **УРАЛАЗ** | **КРАЗ** | ASIA |
| BEIJING | BOSCHUNG JETBROOM | CAMC | DAEWOO | DAF |
| DONGFENG | ERF | FAW | FORD | FOTON AUMAN |
| FREIGHTLINER | HINO | HOWO | HUALIN | HYUNDAI |
| INTERNATIONAL | ISUZU | IVECO | JAC | KENWORTH |
| KIA | MACK | MAGIRUS | MAN | MERCEDES-BENZ |
| MITSUBISHI | NISSAN | PETERBILT | RENAULT | SAMSUNG |
| SCANIA | SHAANXI MAN | SISU | SSANG YONG | STERLING |
| TADANO | TATRA | TIANMA | VOLVO | XCMG |
| ZOOMLION |  |  |  |  |

**3.** Закупали ли Вы новые грузовые автомобили в 2008 - 2010 годах?

| **Год** | **Марка (модель) автомобиля** | **Тип автомобиля** | **Вид оплаты** | **Количество, шт** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

**4.** Назовите модель а/м, узлы и агрегаты которой вызывают наибольшее количество нареканий



**5.** Какие источники информации Вы используете в процессе выбора альтернатив покупки?

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| интернет | пресса | телереклама | радиореклама | рекламные проспекты | консультации специалистов |
| Другое | | | | | |

**6.** Где вы предпочитаете приобретать грузовую автотехнику?

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| у производителя | у региональных дилеров | на вторичном рынке |  |  |  |

На каких условиях

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| предоплата | взаимозачет | бартер | кредит | лизинг | прочее |

**7.** Какие сроки поставки а/м вы считаете приемлемыми, при условии полного соответствия техники вашим требованиям?

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| День оплаты | Неделя | Месяц | Более месяца |

Почему?



**8.** Что для Вас имеет решающее значение при выборе поставщика?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Сроки поставок | Надежность поставок | Наличие сервисного обслуживания |
| Модельный ряд | Размеры авансовых платежей | Давние партнерские отношения |
| Другое | | |

**9.** Ваша основная сфера деятельности

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| коммерческие перевозки (автотранспортные предприятия) | силовые структуры | нефтегазодобывающая промышленность |
| лесопромышленный комплекс | коммунальное хозяйство | агропромышленный комплекс |
| торговля промышленными и производственными товарами | строительство промышленное и гражданское | дорожное строительство |
| дальнейшая перепродажа | заводы спецтехники |  |
| Другое | | |

**10.** Ваши комментарии, замечания и предложения относительно предлагаемой нами продукции и услуг

Спасибо за участие в нашем опросе!

**2.6 Конкурентное преимущество нового товара. (КАМАЗ 5460)**

- В отличие от предыдущей модели седельного тягача, КАМАЗ 5460 имеет более привлекательный внешний вид, благодаря рестайлинговой кабине с 2-мя спальными местами, большие по диаметру колесные диски.

- КАМАЗ 5460 обладает более мощным двигателем (420 л.с. по отношению к 240 л.с. у старой модели), автоматической двенадцатиступенчатой коробкой передач, увеличенной базовой длинной, а также отсутствием 2-го моста, что позволяет сохранять дорожное покрытие и сэкономить на покрышках.

**3. Оформление нового товара.**

