

Маркетинговое исследование

**Позиция компаний
производителей
автомобильных компонентов
на российском рынке**

Сентябрь, 2006

Цели и задачи исследования

- **Оценка позиции компаний производителей на рынке автомобильных компонентов России с точки зрения:**
 - *лидерства на рынке по уровню конкурентной силы*
 - *соотношения цены и качества продукции*
 - *присутствия продукции компаний на рынке (субъективная оценка респондентов)*
 - *уровень дистрибуции (присутствие продукции компаний в торговых точках на момент опроса)*
- **Оценка позиций компаний по четырем заданным параметрам (перечислены выше) проводится отдельно для каждого из трех городов и по выборке в целом в 7-ми товарных категориях:**
 - *амортизаторы*
 - *шаровые опоры*
 - *рулевые наконечники*
 - *диски тормозные*
 - *цилиндры гидропривода тормозов и сцепления*
 - *насосы водяные*
 - *шланги*

Методология исследования

Методика

Личное стандартизованное интервью

Выборка

- Продавцы, товароведы
 - крупные магазины (площадь более 100 кв. м)
 - мелкие магазины (площадь менее 100 кв. м)
 - автомобильные рынки
- Механики и инженеры по гарантии СТО

География

- Москва (51 интервью)
- Нижний Новгород (27 интервью)
- Ростов-на-Дону (28 интервью)

Структура анкеты



Описание выборки

<i>Количество интервью</i>	Всего	Москва	Нижний Новгород	Ростов-на-Дону
Крупные магазины	16	8	4	4
Мелкие магазины	25	15	5	5
СТО	40	20	10	10
Автомобильные рынки	25	8	8	9
Всего:	106	51	27	28



Амортизаторы



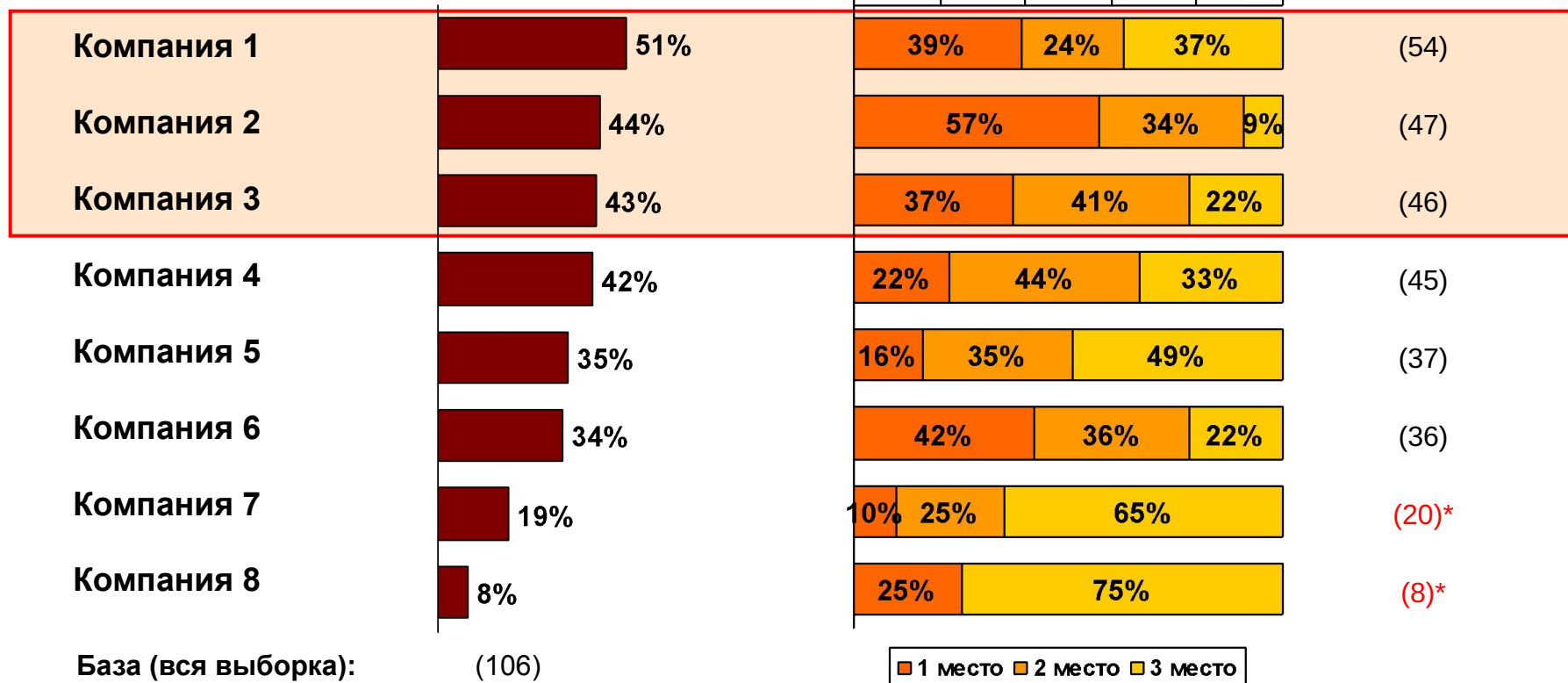
Конкурентная сила

Производители, попавшие в тройку лидеров (%)

Распределение по рангам (%)

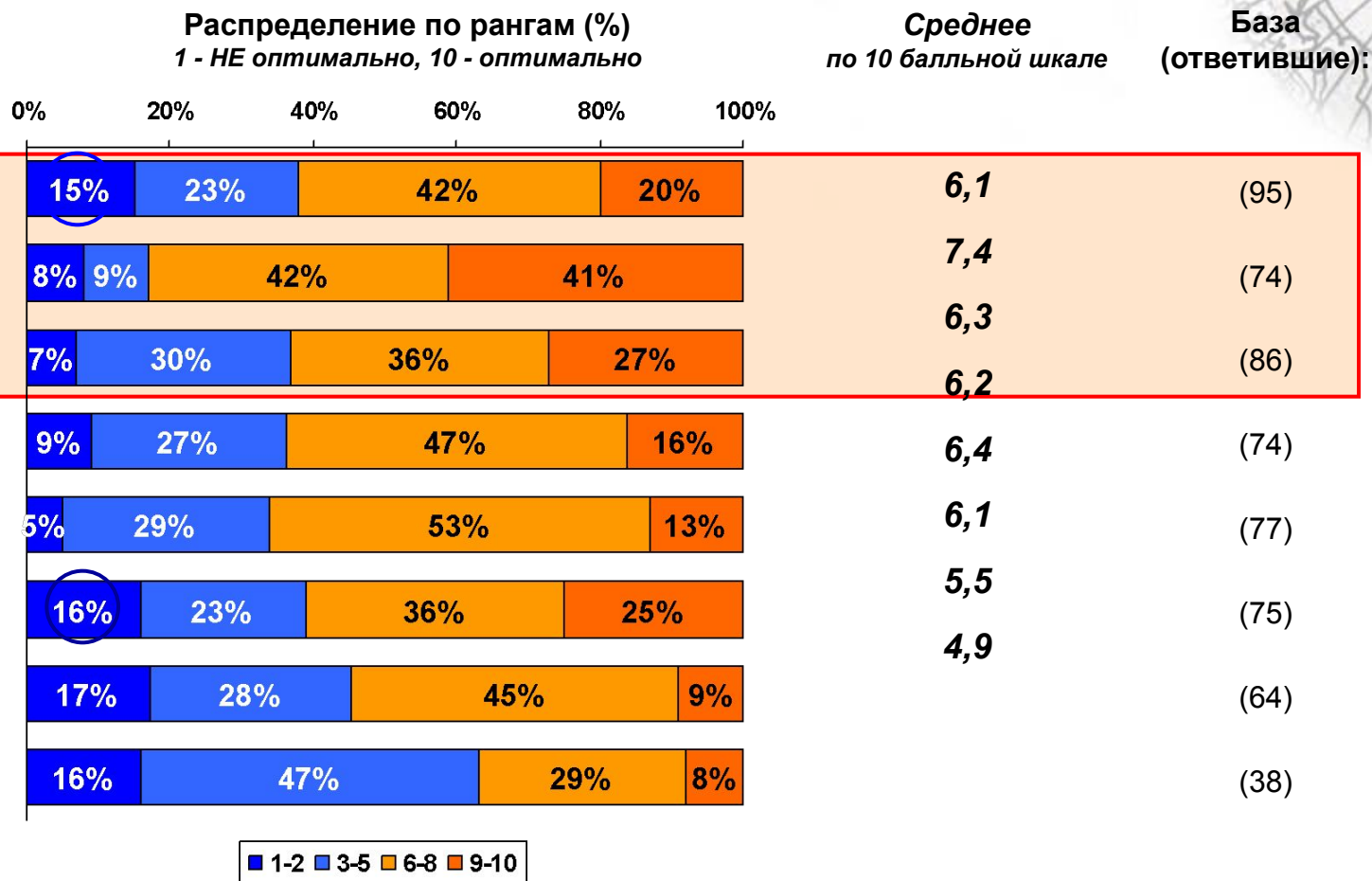
База (ответившие):

0% 20% 40% 60% 80% 100%





Соотношение цена/качество





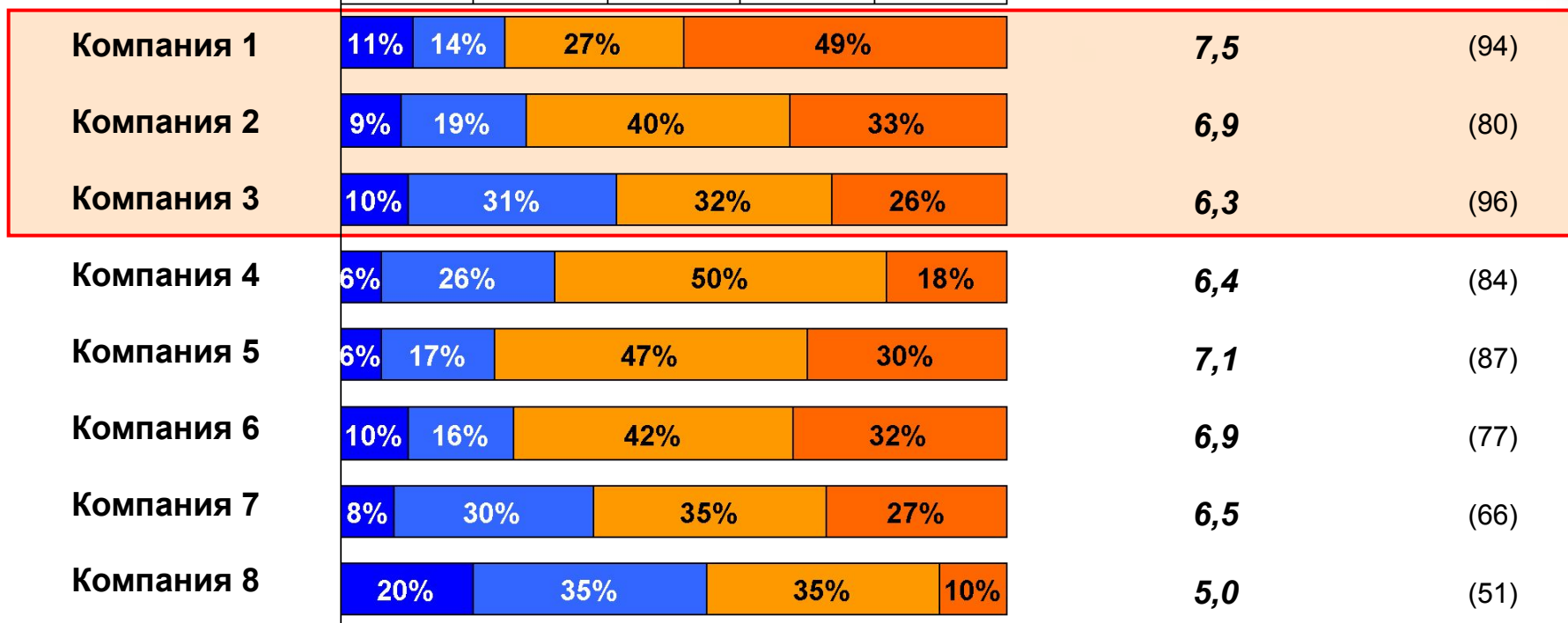
Распространенность продукции

Распределение по рангам (%)
1 - НЕ представлена, 10 - широко представлена

Среднее
по 10 балльной шкале

База
(ответившие):

0% 20% 40% 60% 80% 100%

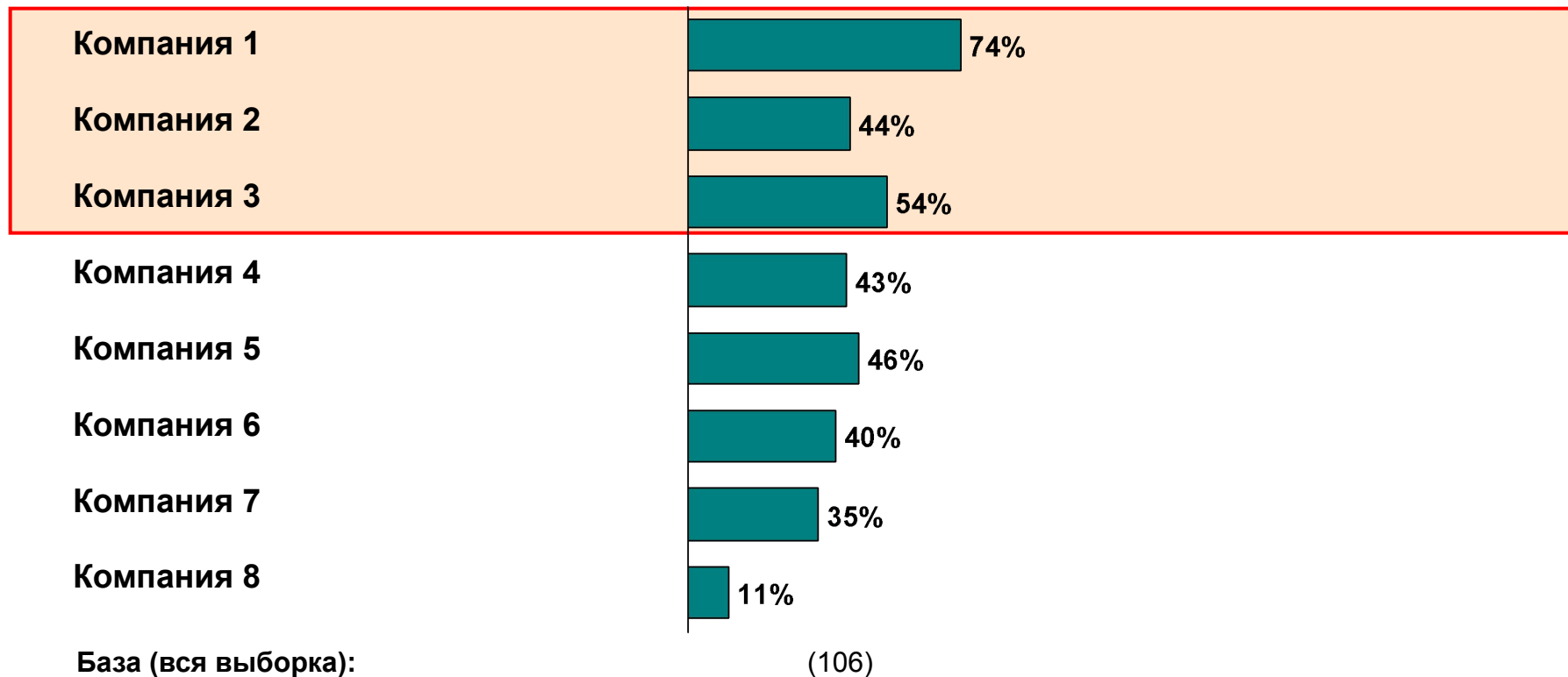


■ 1-2 ■ 3-5 ■ 6-8 ■ 9-10



Наличие продукции в торговых точках

Наличие продукции (%)





Амортизаторы

Москва

Конкурентная сила

Производители, попавшие в тройку лидеров (%)

Распределение по рангам (%)

Цена/качество (TOP2, %)

Распространенность (TOP2, %)

Наличие (%)

Компания	Производители, попавшие в тройку лидеров (%)	Распределение по рангам (%)	Цена/качество (TOP2, %)	Распространенность (TOP2, %)	Наличие (%)
Компания 1	53%	19% 41% 41%	17%	16%	47%
Компания 2	53%	67% 30% 4%	50%	37%	47%
Компания 3	45%	48% 43% 9%	26%	33%	51%
Компания 4	43%	41% 18% 41%	19%	47%	71%
Компания 5	41%	19% 33% 48%	13%	37%	51%
Компания 6	31%	6% 44% 50%	14%	27%	55%
Компания 7	14%	14% 86%	4%	28%	31%
Компания 8	2%	100%	0%	17%	4%

■ 1 место
■ 2 место
■ 3 место