

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

КУРГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

КАФЕДРА АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА И АВТОСЕРВИСА

ОСНОВЫ МАРКЕТИНГА В АВТОСЕРВИСЕ

Методические указания к практическим занятиям по теме

«МАРКЕТИНГОВЫЕ НАБЛЮДЕНИЯ ЗА ПРОЦЕССАМИ
АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА»

для студентов специальности 230100

Курган 2004

Кафедра «Автомобильный транспорт и автосервис»
Дисциплина: «Основы маркетинга в автосервисе» (специальность 230100)

Составил: доцент, канд. техн. наук Жаров С.П.

Утверждены на заседании кафедры «8» июня 2004 г.

Рекомендованы методическим советом
университета « ___ » _____ 2004 г.

Практическая работа
Маркетинговое наблюдение за процессами
автомобильного рынка

ВВЕДЕНИЕ

Маркетинговое наблюдение – процесс сбора данных, характеризующих какой-либо рыночный процесс или явление и предназначенный для удовлетворения информационно-аналитических потребностей маркетинга.

ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

В ходе наблюдений регистратор (лицо, собирающее информацию) фиксирует факты, статистические данные и другие сведения об изучаемом объекте. Методология маркетингового наблюдения использует и сочетает приемы и методы статистического наблюдения.

Различают несколько форм маркетингового наблюдения.

Непосредственное (прямое) наблюдение – это, как правило, визуальное слежение за объектом наблюдения (например, подсчет времени, затрачиваемого на выполнение операции по ТО и ремонту, подсчет количества заявок на постах ТО и Р и т.п.). Оно может быть открытым, когда объект наблюдения знает, что за ним наблюдают, и скрытым, когда изучаемый объект не ставится в известность о том, что за ним наблюдают.

Непрямое наблюдение заключается в изучении каких-либо материалов: статистических данных, печатных работ, документов и т.д. Фиксация данных осуществляется с помощью записей, с последующей их систематизацией и упорядочением, выделение главного, наиболее важного. Для этого используются разработочные таблицы и группировки, карточки, компьютерные файлы и базы данных.

Порядок проведения наблюдений определяется заранее разработанной инструкцией, которая представляет собой совокупность разъяснений, подсказок примеров и указаний. Срок наблюдения представляет собой время, в течение которого осуществляется сбор информации. Для изучения вторичной информации он неограничен, а для первичной должен стремиться к минимуму. При этом нельзя допускать спешки, которая неизбежно негативно отразится на качестве наблюдения.

Надежность наблюдения обеспечивается различными способами:

- контролем (часто выборочным) достоверности полученных данных (коэффициентом надежности);
- использованием двух или более наблюдателей, регистрирующих одно и то же событие (коэффициентом согласия);
- проведением повторного наблюдения объекта (коэффициент устойчивости).

Информация, собранная в результате маркетингового наблюдения, может быть представлена в виде:

- текста, излагающего факты или описывающего какое-то явление (процесс);
- таблиц и матриц, обобщающих и систематизирующих потоки информации, в том числе числовые;
- графиков и диаграмм, рисованных геометрических форм отображения состояния и развития явлений, их размеров, динамики, структуры и взаимосвязей;
- статистических рядов (динамических и распределения), систематизирующих во времени и пространстве числовые характеристики изучаемых явлений и процессов.

В процессе обучения и выполнения курсовых и дипломного проектов студентам специальности 230100 постоянно необходимо руководствоваться данными о количественном и качественном состоянии парка автомобилей, эксплуатируемого в регионах, населенных пунктах. Данные, полученные из ГИБДД, являются регистрационными и иногда значительно отличаются от реальных данных (10-15%). Это происходит по причине того, что многие автомобилисты, имеющие зарегистрированные транспортные средства, по разным причинам их не используют, а значит и не участвуют в формировании спроса на услуги ТО и Р. Для примера в таблице 1 и на рисунке 1 приведены данные, выбранные из источников регистрационного учета автомобилей в городе Кургане.

Для уточнения вторичных данных, полученных в ходе изучения документов регистрации, можно провести непосредственное прямое наблюдение на дорогах населенного пункта.

В таблице 2 приведен возрастной состав парка легковых автомобилей города.

Таблица 1- Структура парка легковых автомобилей города Кургана принадлежащих физическим лицам

Марка	Год			
	2000	2001	2002	2003
легковые	52160	56287	57913	59934
ВАЗ 01-07	20617	20286	21933	22252
ВАЗ 08-09	5193	5424	5492	5581
ВАЗ 2110	544	1205	1355	1616
ВАЗ 2120	-	-	5	6
Нива2123	-	-	1	3
Нива2121	1421	1795	1819	1901
ВАЗ-1111	289	470	491	596
М-412, 2140	7475	5446	5580	5702
М-2141	666	755	752	745
Иж2126	Нет дан	181	226	298
Газ20, 21	1654	356	379	387
ГАЗ 3111, 3102, 3110	2650	3300	3635	4437
УАЗ 469, 3151	1402	1561	1540	1509
УАЗ-3160, 3162	-	-	4	12
Иномарки	9052	8831	8771	8309
В том числе с правым рулем	644	Нет данных	16	211
ЗАЗ, Таврия	5191	4051	4050	3442
Прочие	1192	6126	6570	7580
Специальные автомобили	458	Нет данных	223	293
Грузовые автомобили	7832	Нет данных	9803	12050

Таблица 2- Возрастная структура парка легковых автомобилей города Кургана

Марка	Год			
	2000	2001	2002	2003
До 5 лет	6602	3202	2767	9655
От 5 до 10	8000	1097	9697	10230
От 10 до 15	Нет дан	21964	Нет дан	Нет дан
Свыше 15	Нет дан	20124	Нет дан	Нет дан

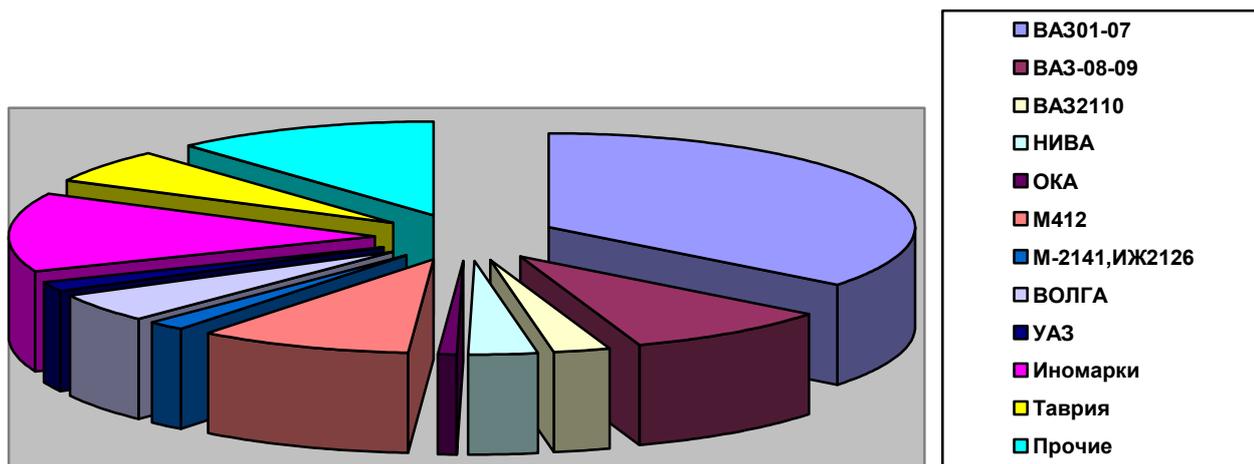


Рисунок 1 – Структура парка легковых автомобилей г. Кургана по маркам

ПОРЯДОК ВЫПОЛНЕНИЯ РАБОТЫ

Группа студентов делится на несколько подгрупп по 2-4 человека. Каждая из подгрупп выходит на натурные наблюдения, для этого выбираются дороги и перекрестки с наиболее интенсивным движением транспорта.

Каждый студент подгруппы занимает наблюдательный пост и регистрирует проходящие автомобили по маркам и (или) другим параметрам, заданным преподавателем, в таблицу 3.

В зависимости от темы курсового проекта студент может регистрировать в процессе наблюдения структуру парка по маркам и моделям автомобилей, типу кузовов, цвету кузовов автомобилей и типу покрытий, состоянию кузовов, по типу коррозионных повреждений, установке дополнительного оборудования и тому подобное. Таблица 3 формируется и заполняется студентами в зависимости от поставленной перед ними задачи.

Сбор первичных данных проводится под руководством преподавателя в течение 30-60 минут. После сбора первичных данных они оформляются и обрабатываются. По результатам собранных данных заполняются таблицы и строятся необходимые графики. Форма представления материалов задается преподавателем в зависимости от темы курсового или дипломного проекта студента.

В таблицах могут быть представлены данные о типах двигателя, трансмиссии и других особенностях автомобилей.

Полученные данные могут быть использованы студентами при уточненном расчете емкости рынка конкретных услуг автосервиса.

Таблица 3- Данные натуральных наблюдений автомобильного парка _____

(число, время, место наблюдения)		
Марка	Количество	Параметры автомо- билей
Легковые:		
ВАЗ 01-07		
ВАЗ 08-09		
ВАЗ 2110		
ВАЗ 2120		
Нива2123		
Нива2121		
ВАЗ-1111		
М-412, 2140		
М-2141		
Иж2126		
Газ20, 21		
ГАЗ 3111, 3102, 3110		
УАЗ 469, 3151		
УАЗ-3160, 3162		
Иномарки		
ЗАЗ, Таврия		
Прочие		
Специальные автомобили		
Грузовые автомобили		
автобусы		

После сбора данных студенты их обрабатывают и анализируют. Анализ данных проводится с учетом темы курсовой работы.

По заданию преподавателя студент анализирует структуру парка автомобилей по данным регистрации ГИБДД. Например: может быть проведен анализ возрастного состава парка и его изменение по годам, анализ изменения количества автомобилей конкретных марок и моделей автомобилей. Структура анализируемых параметров зависит от темы курсового проекта. По результатам проведенных наблюдений и исследований оформляется отчет о проведенной работе.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Марков О.Д. Автосервис: рынок, автомобиль, клиент. – М.: Транспорт, 1999.– 270с.
- 2 Котлер Ф. Основы маркетинга. –М.: Прогресс, 1993.– 736с.
- 3 Жаров С.П. Основы маркетинга в автосервисе: Учебное пособие.–Курган: Изд-во КГУ, 2002.–107с.

Жаров Сергей Петрович

Основы маркетинга в автосервисе

Методические указания к практическим занятиям по теме

«МАРКЕТИНГОВЫЕ НАБЛЮДЕНИЯ ЗА ПРОЦЕССАМИ
АВТОМОБИЛЬНОГО РЫНКА»
для студентов специальности 230100

Редактор Н.М.Кокина

Подписано к печати	Бумага тип. № 1
Формат 60x84 1/16	Усл.печ.л. 0,5
Заказ	Уч. изд. л. 0,5
	Тираж 50
	Цена свободная

Издательство Курганского государственного университета.
640669, г. Курган, ул. Гоголя 25.

Курганский государственный университет, ризограф.