

Компания «АВС»

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

*«Региональный рынок стекла
для легковых автомобилей»*

город N
ноябрь, 2001 г.

Информация, содержащаяся в данном документе, является строго конфиденциальной и предоставляется при условии, что она не будет передана третьим лицам без предварительного согласия компании «ABC»

СОДЕРЖАНИЕ

1	Резюме.	3
2	Обзор рынка.	4
3	Анализ потребительского спроса.	14
4	Прогноз сбыта.	20
5	ПРИЛОЖЕНИЕ.	23

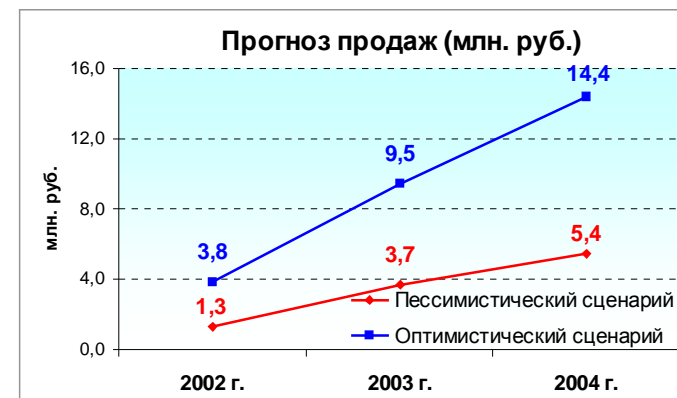
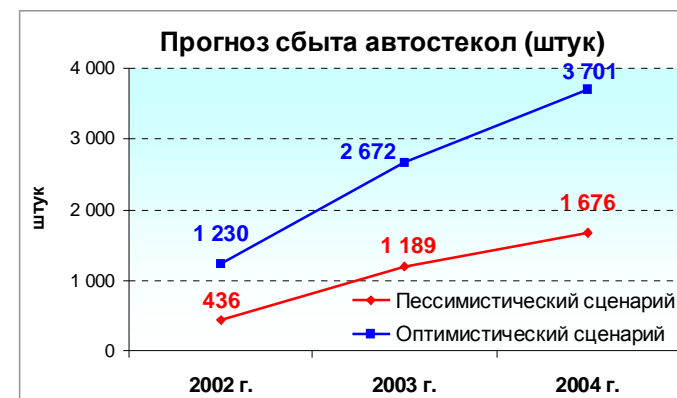
Компания «АВС» является одной из ведущих фирм на рынке запчастей для автомобилей иностранного производства в Прикамском и Юго-Восточном районах Татарстана. Образованная в 1997 г., в настоящее время компания владеет собственными торговыми, офисными и складскими площадями, имеет торговых представителей в городах W и F и устойчивую клиентскую базу в Татарстане, Башкирии и Удмуртии. С 1998 г. «АВС» является официальным торговым партнером «BOSCH» и «FRAM».

Данное маркетинговое исследование выполнено в рамках программы определения коммерчески-перспективных направлений деятельности в соответствии со стратегией развития компании, предусматривающей углубление специализации и сосредоточение усилий на нескольких сегментах рынка автозапчастей.

Текущая емкость татарстанского рынка автостекла для легковых автомобилей оценивается на уровне 53,2 тыс. шт. в год при объеме продаж 53,5 млн. рублей (вместе с услугами по замене). Наиболее привлекателен сегмент клеиваемых автостекол (иномарки и десятое семейство ВАЗов) – при 18 % рынка в количественном выражении он дает 60 % объема продаж и имеет значительный потенциал роста.

Первый этап развития бизнеса предусматривает создание в городе N специализированного склада автостекол, открытие филиалов в городах F и S и разворачивание региональной сети центров сервисного обслуживания по замене автостекол. Это позволит к 2005 г. занять лидирующие позиции на данном рынке в Прикамском и Юго-Восточном районах Татарстана (40–50 % по иномаркам и 10–30 % по ВАЗ–2110) с ежегодным объемом продаж до 14,4 млн. рублей.

Дополнительные возможности для расширения бизнеса компания «АВС» предполагает в выходе на рынок автостекла близлежащих регионов Удмуртии и Башкирии.



Исследование выполнено при содействии КИФ «МетаПроект». Координатор проекта – Пичугин С.В., тел. (8552) 59-51-89.

По данным ГИБДД, за последние пять лет российский парк легковых автомобилей увеличился с 15,8 млн. шт. (1996 г.) до 20,4 млн. шт. (2000 г.), в т.ч. количество импортных автомобилей возросло с 3,2 млн. шт. до 4,4 млн. шт. <«Ведомости», www.vedomosti.ru/stories/2001/10/23-44-04.html>.

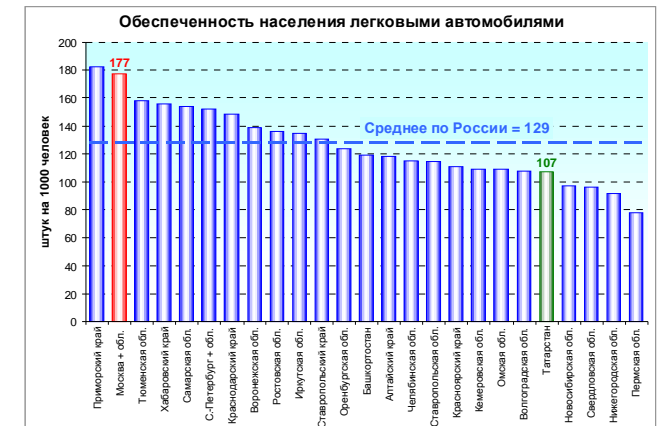
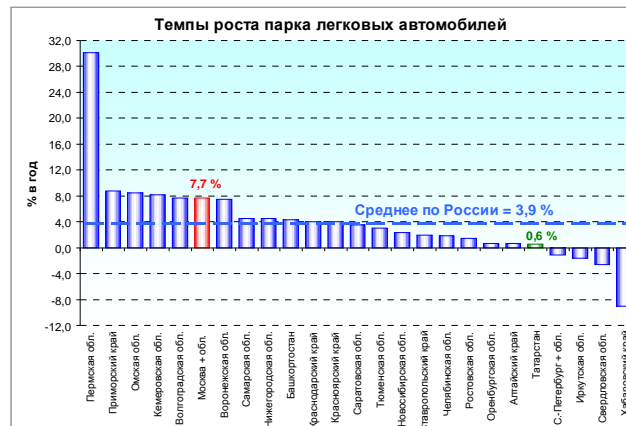
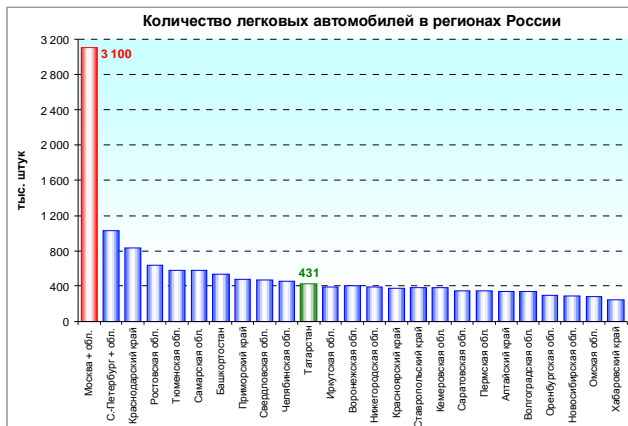
Количество легковых автомобилей в России на 1000 жителей в 2000 г. составило 139 единиц (в 1998 г. – 129 единиц).

При отсутствии серьезных макроэкономических потрясений (типа кризиса 1998 г.), в ближайшее десятилетие по прогнозу Минтранса РФ сохранится стабильный рост численности автомобильного парка с темпами, наблюдавшимися в последние годы (около 7 % в год) www.mintrans.ru/prensa/FZP_Prognoz.htm.

Большинство экономически развитых стран уже прошли этап «взрывной» автомобилизации, продолжающийся, как правило, до уровня 300 легковых автомобилей на тысячу жителей (США – 700 единиц, Италия – 519, Германия – 505, Франция – 435, Япония – 343), после которой темпы роста автопарка, как правило, замедляются.

Парк легковых автомобилей в 25 крупнейших регионах России (данные за 1998 г.)

<«AutoParts», www.tehosmotr.ru/ap.nsf/ADoc/doc12.htm>



На начало 2000 г. легковой автопарк в Республике Татарстан составлял 436 тыс. единиц. <«Программа развития и совершенствования дорожной сети в РТ до 2005 г.» Казань, 2000 г.>. По городу N и прилегающему району на 30.12.2000 г. было зарегистрировано 72,2 тыс. легковых автомобилей, в августе 2001 г. – 81,2 тыс. легковых автомобилей <<http://gibdd.N.ru>> (т.е. за 20 месяцев рост в 1,125 раза или 7,5 % в год).

Количество легковых автомобилей в Татарстане на сегодняшний день оценивается на уровне 490 тыс. шт. (130 автомобилей на тысячу жителей).

Крупнейшими локальными рынками в Республике Татарстан (сконцентрированность потребителей в радиусе около 50 км, охват единой сетью теле/радиовещания и печатных СМИ) являются:

- Ø Северо-Западный – около 1,35 млн. человек (в т.ч. Казань 1 101,0 тыс. жителей, Зеленодольск 100,2 тыс.).
- Ø Прикамский – около 1,0 млн. человек (в т.ч. Набережные Челны 514,7 тыс. жителей, Нижнекамск 223,4 тыс., Елабуга 67,5 тыс., Заинск 42,8 тыс., Менделеевск 21,0 тыс., Мензелинск 15,4 тыс.).
- Ø Юго-Восточный – около 0,42 млн. человек (в т.ч. Альметьевск 140,7 тыс. жителей, Бугульма 93,7 тыс., Лениногорск 68,1 тыс., Азнакаево 37,0 тыс.).

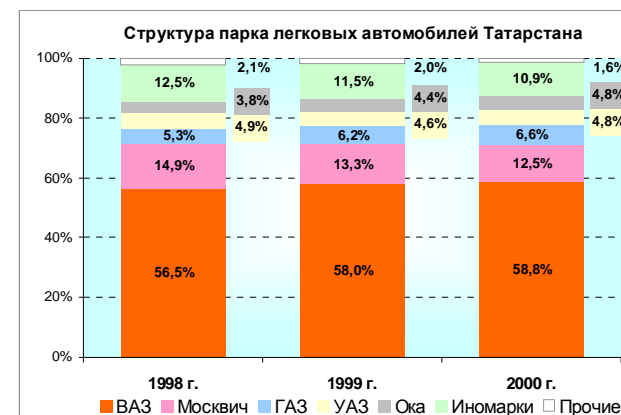
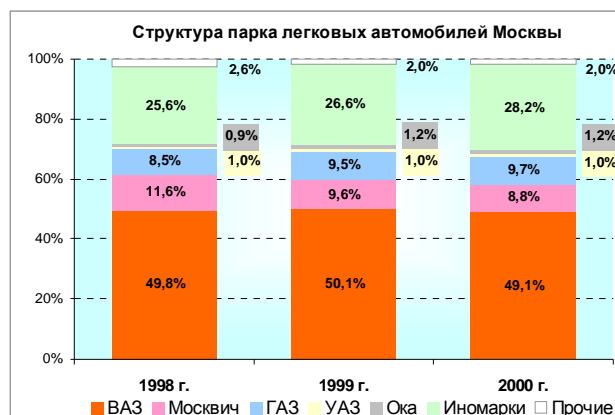
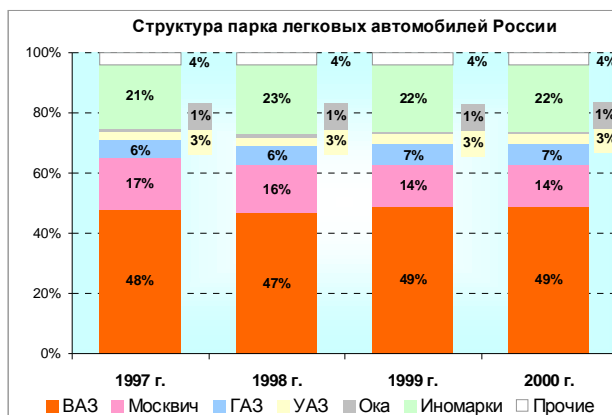
Характерной особенностью локальных рынков является более высокая, по сравнению со среднерегionalной, обеспеченность населения автомобилями, доходящая до 150 – 170 % <«AutoParts», www.tehosmotr.ru/ap.nsf/ADoc/doc12.htm>. Анализ по г. N и прилегающему району (149 автомобилей на тысячу жителей при численности 543,6 тыс. человек) свидетельствует, что в данном случае эта величина равна 115 %.

Таким образом, парк легковых автомобилей по локальным рынкам Татарстана может быть рассчитан в следующих размерах:

- Ø Северо-Западный – 202 тыс. единиц.
- Ø Прикамский – 150 тыс. единиц.
- Ø Юго-Восточный – 63 тыс. единиц.

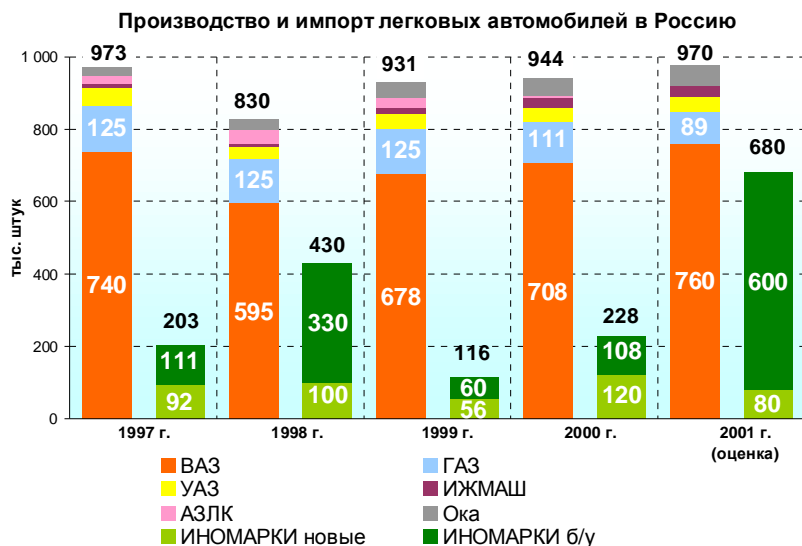
Структура парка легковых автомобилей России, Москвы, Татарстана

<«Агентство инновационного маркетинга», www.aimpress.ru/2001-4/2001-4-41.xml>



Структура парка легковых автомобилей по локальным рынкам Татарстана

	Северо-Западный		Прикамский		город N		Юго-Восточный		Татарстан	
	тыс. шт.	% парка РТ	тыс. шт.	% парка РТ	тыс. шт.	% парка РТ	тыс. шт.	% парка РТ	тыс. шт.	% парка РТ
ВАЗ	118,8	24,2%	88,2	18,0%	47,7	9,7%	37,0	7,6%	288,1	58,8%
Москвич	25,3	5,2%	18,8	3,8%	10,2	2,1%	7,9	1,6%	61,3	12,5%
ГАЗ	13,3	2,7%	9,9	2,0%	5,4	1,1%	4,2	0,8%	32,3	6,6%
УАЗ	9,7	2,0%	7,2	1,5%	3,9	0,8%	3,0	0,6%	23,5	4,8%
Ока	9,7	2,0%	7,2	1,5%	3,9	0,8%	3,0	0,6%	23,5	4,8%
Иномарки	22,0	4,5%	16,4	3,3%	8,9	1,8%	6,9	1,4%	53,4	10,9%
Другое	3,2	0,7%	2,4	0,5%	1,3	0,3%	1,0	0,2%	7,8	1,6%
ВСЕГО	202,0	41,2%	150,0	30,6%	81,2	16,6%	63,0	12,9%	490,0	100,0%



Резкий рост импорта подержанных иномарок в 2001 г. связан с ожиданием введения увеличенных таможенных пошлин. Предпочтения потребителей (по данным опроса "GfK MR Russia"), желающих в ближайшие 2 года приобрести легковой автомобиль, распределились следующим образом:

- новый отечественный автомобиль – 29 %
- новая иномарка – 6 %
- подержанный отечественный автомобиль – 49 %
- подержанная иномарка – 16 %

<<Ведомости>, www.vedomosti.ru/stories/2001/10/23-44-04.html>

При сохранении в стране макроэкономической стабильности сложившаяся структура российского парка легковых автомобилей в течение ближайших нескольких лет не претерпит существенных изменений.

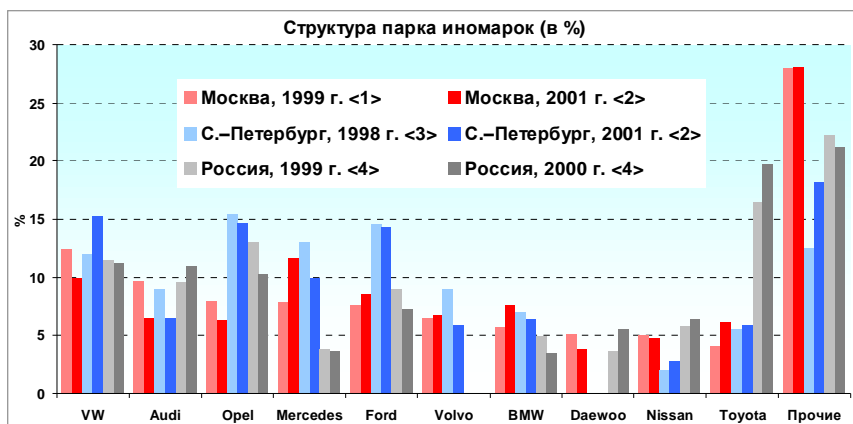
В автопарке Татарстана следует ожидать увеличения присутствия импортных автомобилей до 15–20 %, стабилизации доли вазовских машин в районе 56–58 % и сокращения количества Москвичей и УАЗов.

Выполненный анализ российского и регионального автопарков позволяет выделить наиболее коммерчески–перспективные для рынка автозапчастей марки автомобилей (учитывая динамику развития, наличие платежеспособного спроса и т.д.) – это автомобили ВАЗ и автомобили зарубежного производства.

Численность автомобилей ВАЗ, находящихся в эксплуатации в России составила в 2000 г. около 10,0 млн. единиц, в т.ч. :

- ВАЗ 2101-2107 и их модификации – 7,2 млн. шт. (35,4 % российского легкового автопарка).
- ВАЗ 2108-2109 и их модификации – 2,0 млн. шт. (9,8 %).
- ВАЗ 2110 и их модификации – 0,26 млн. шт. (1,3 %).
- другие – 0,54 млн. шт. (2,6 %).

<<Государственный доклад по безопасности дорожного движения> (Москва, 2001 г.), www.gibdd.ru/def.php?title=gosdoklad&body=gosdoklad_3&menu=gosdoklad&mnum=3:



Источники информации:

<1> «Практический маркетинг», № 8, 1999 г.

<2> «Эксперт-Авто», № 9, 2001 г.

<3> ИФ «ГОРТИС» www.gortis.ru/surveys/res4aut.html

<4> «За рулем», № 3, 2001 г., www.moto.zr.ru/zrmagazine/zr0301/90-91.htm

Ввиду отсутствия достоверных статистических данных, анализ структуры парка иномарок в Татарстане выполнен на основе экспертных оценок и носит ориентировочный характер.

Наиболее распространенные в Татарстане марки зарубежных автомобилей

	в % от иномарок	в тыс. шт.
Audi	13 – 15	7,0 – 8,0
VW	9 – 11	5,0 – 6,0
Mercedes	9 – 11	5,0 – 6,0
Opel	9 – 11	5,0 – 6,0
Daewoo	9 – 11	5,0 – 6,0
BMW	7 – 9	4,0 – 5,0
Ford	7 – 9	4,0 – 5,0
Toyota	5 – 7	3,0 – 4,0
Volvo	5 – 7	3,0 – 4,0
Nissan	3 – 5	2,0 – 3,0

Современный автомобиль - это сочетание комплекса технологий, направленных на повышение безопасности, экономичности, функциональности и комфорта. Немалую роль в достижении этих качеств играет автомобильное стекло, представляющее собой пример использования самых передовых научно-технических разработок.

Основные требования к автомобильному остеклению:

- ∅ обеспечение кругового обзора в любых погодных и световых условиях;
- ∅ минимальное травмирование людей при разрушении;
- ∅ защита салона от воздействия внешних факторов;
- ∅ эстетика внешнего вида автомобиля и улучшение аэродинамики;
- ∅ стабильность свойств при эксплуатации;
- ∅ увеличение жесткости кузова.

Последнее достигается при вклеивании неподвижных стекол в кузов автомобиля, благодаря чему его жесткость дополнительно увеличивается на 60 %. Зарубежные автомобилестроители массово используют эту технологию уже более 15 лет, в России на легковых автомобилях она впервые применена для семейства ВАЗ–2110.

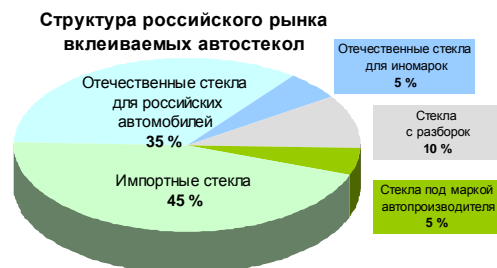
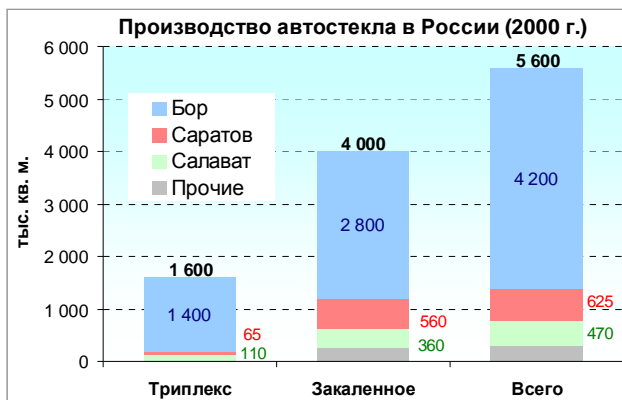
Типы автомобильного стекла.

- **Ламинированное (триплекс)** – состоит из 2-х и более слоев стекла, между которыми находится прозрачный связующий элемент. Основные технологии изготовления – пленочная и заливная. При использовании пленочной технологии между листами стекла закладывается поливинилбутиральная пленка (ПВБ), затем в автоклаве под давлением происходит склеивание. При использовании заливной технологии между листами стекла заливается жидкий полимер, затем происходит его полимеризация под действием УФ–облучения, протекания химических реакций или под воздействием температуры (в зависимости от вида используемого полимера, чаще всего на практике – под воздействием УФ–облучения). При прочих равных условиях (в смысле качества изготовления и исходных материалов) «пленочный» триплекс обладает лучшими оптическими характеристиками, а триплекс, изготовленный по заливной технологии более прочен (за счет толщины полимера). Уникальное свойство триплекса – безосколочный характер разрушения. Триплекс обычно используется в качестве лобовых автостекол, гораздо реже – в качестве задних и боковых.
- **Закаленное (сталинит)** – листовое стекло, подвергнутое специальной термообработке (разогретое до 650 °С и быстро охлажденное) с целью создания заданного распределения напряжений по объему стекла. Это приводит к тому, что значительно (в 5-10 раз) возрастает прочность стекла на удар, в 2-3 раза прочность на изгиб, в 3-4 раза термостойкость по сравнению с обычным стеклом. При разрушении закаленное стекло не дает острых осколков, распадаясь на мелкие частицы, не наносящие серьезных травм. Используется для производства боковых и задних автостекол.
- **Тонированное (детермальное)** – стекло, окрашенное в расплавленном состоянии (в массе) оксидами металлов (обычно зеленого цвета). Благодаря фильтрующим свойствам (зависящим от толщины стекла) тонированное стекло значительно сокращает напряжение глаз, вызываемое солнечным светом, обладает пониженным пропусканием УФ–излучения, имеет низкий коэффициент тепловых потерь. В результате, помимо улучшения эстетических качеств автомобиля, повышается удобство управления, улучшается микроклимат в салоне, стекла меньше подвержены замерзанию и запотеванию. Используемый тюнинговыми компаниями способ тонировки стекол цветными пленками имеет лишь декоративный эффект и не дает защиты от теплового излучения солнца. По пропусканию видимого света эти пленки зачастую не обеспечивают международные требования по безопасности.

Основные производители автомобильного стекла в России – «Борский стекольный завод», «Саратовстекло», «Салаватстекло».

Технологические мощности по производству флоат-стекла

	Саратов-стекло	Борский стекольный завод	Салават-стекло
Количество флоат-линий	4	2	2
Мощность			
– тыс. тонн в год	450	360	360
– млн. кв. м. в год	39	25	22



Источник информации:

«AutoParts», www.tehosmotr.ru/ap.nsf/ADoc/doc14.htm

Борский стекольный завод – лидер российского рынка автостекла.

Построен в 1934 г. В общем объеме производства листового стекла автомобильное занимает около 20 %. Динамичное развитие компании связано с реализацией инвестиционных проектов:

- 1998 г. (\$ 15 млн.) – пуск линии по резке, обработке и закалке мощностью 220 тыс. комплектов закаленного стекла в год. Позволяет производить закаленные стекла к любым моделям отечественных и зарубежных автомобилей.
- 2000 г. (\$ 25 млн.) – холодный ремонт и реконструкция 2-й линии полированного стекла. Производительность стекловаренной печи увеличена с 540 до 620 тн/сутки, повышено качество стекла, снижены производственные затраты. Модернизованы флоат-ванна и печь отжига. Оборудование «Гренценбах» для резки стекла практически исключает ручной труд.
- 2001 г. (\$ 14 млн.) – строительство линии триплекса, включающей комплекс оборудования для нанесения шелкотрафаретной печати и двухсторонней обработки кромки, вертикальную печь моллирования и вакуумную подпрессовку пакетов стекла, помещение пакетирования стекла со своим микроклиматом и холодильным складом хранения пленки, новый способ упаковки готовой продукции. Производительность 800 тыс. комплектов в год, ввод в действие – вторая половина 2002 г.
- 2002 г. (\$ 20 млн.) – реконструкция 1-й линии полированного стекла.

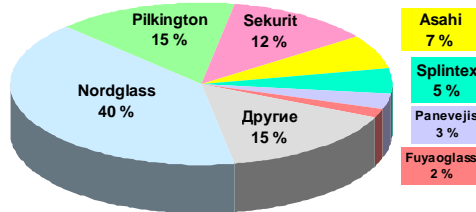
Выпуск автостекол непрерывно растет: 1998 г. 3,6 млн. м² (в т.ч. триплекс 1,2 млн. м²), 1999 г. 3,8 млн. м² (триплекс 1,3 млн. м²), 2000 г. 4,2 млн. м² (триплекс 1,4 млн. м²). Продукция сертифицирована по международным стандартам. Основной поставщик стекла для российских автозаводов, на рынке запчастей реализует около 30 % продукции.

Выпуск триплекса на «Саратовстекле» начат в 1997 г. с запуском итальянской линии INGLÉN (мощность 150 тыс. комплектов в год). Продукция сертифицирована. Наряду с поставкой автозаводам, широкая гамма стекол для отечественных и зарубежных автомобилей производится для вторичного рынка.

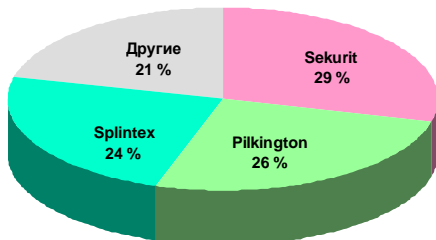
«Салаватстекло» широкомасштабное производство триплекса начало в 2000 г. Продукция не имеет международного сертификата, основной сбыт – на вторичном рынке.

Автостекла «на замену» производят так же компании «Мосавтостекло» и «Стеклолюкс» (Москва), Самарский завод технического стекла, «Макромер» (Владимир) и другие фирмы. Сохраняют свою рыночную нишу благодаря низкой цене при удовлетворительном качестве и работе по индивидуальным заказам.

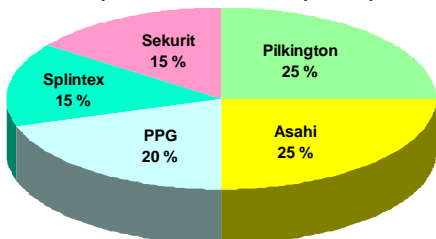
Доля марок импортных автостекол на российском рынке



Доля марок автостекол на европейском рынке



Доля марок автостекол на мировом рынке



Источник информации:

<<AutoParts>>
www.tehosmotr.ru/ap.nsf/ADoc/doc14.htm

Ведущие зарубежные производители автомобильного стекла.

Saint-Gobain (Франция). Торговая марка **Sekurit**.

Старейшая фирма (основана в 1665 г.). Стала законодателем моды во Франции и Европе и лидером рынка уже в XVIII веке. В настоящее время имеет 38 заводов и 5 исследовательских центров. В Германии стеклами SG укомплектована каждая вторая машина (поставляет стекло на сборочные заводы Мерседес, Ауди, Фольксваген и др.). Сильные позиции на рынках первичного стекла, вторичного и стекол для тяжелого транспорта. Широко распространены подделки турецкого или китайского производства.

Pilkington Lamino (Великобритания). Торговые марки **Pilkington, Sigla, Arva, Triplex, Nordlamex, Sicursiv** и др. Основана в 1826 г. Крупнейший мировой производитель продукции из стекла для строительства, автомобильной и промышленной индустрии. 45% всей выпускаемой продукции - автомобильные стекла (каждое четвертое автостекло в мире – Pilkington). Владеет 85 заводами по всему миру. Автостекло *Pilkington, Sigla, Arva, Triplex* идет на сборочные заводы многих автомобилестроителей под их оригинальными марками, в т.ч. Мерседес, Ауди, Фольксваген, Форд. Занимает одну из лидирующих позиций на рынке замены стекол.

Pittsburgh Plate Glass (PPG) Industries (США).

Ведущий американский производитель продукции из стекла. Лидер в данной области в аэрокосмической промышленности (основной поставщик для НАСА), также занимает существенные позиции на рынке автостекла. Главенствует как в выпуске продукции для сборочного производства, так и на вторичном рынке. Имеет более 100 заводов в Северной и Южной Америке, Азии. Была развита сеть и в Европе (в 1999 г. продана компании Asahi Glass).

Asahi Glass Japan (Япония). Торговые марки **Asahi, Lamesafe, Lamit**

Образована в 1900 г. С 1967 г. превращается в международную корпорацию, в 80-х происходит стремительная экспансия на рынки Америки, Азии и Европы. Самый крупный производитель автостекла в мире. Имеет более 50 предприятий за пределами Японии, в состав корпорации входят такие известные производители как Glaverbele, AFG Industries (США).

Glaverbel (Бельгия). Торговая марка **Splintex**.

Основана в 1904 году. На европейском рынке в секторе автостекла удерживает третье место и первое место в мире по производству зеркал, лидирует в секторе стекла тонких номиналов и стекла для кухонных электроприборов. Активно действует в Бельгии, Франции, Чехии, Италии, Голландии, Испании, владеет заводами в Китае, Швеции, Великобритании. Имеет совместные предприятия в США, Бразилии, Сингапуре. В 1997 г. приобрела 30 % акций Борского стекольного завода.

Jaan (Польша). Торговая марка **NordGlass**.

Образована в 1991 г. Автостекла производятся на восстановленной финской линии, что позволяет выпускать продукцию неплохого качества. Владеет крупнейшим в Центральной и Восточной Европе оптовым складом, с которого реализует так же стекла ряда других производителей.

Panevejis Sticlas (Литва).

Основана в 1965 г. и специализируется на производстве стеклотары, листового и мебельного стекла, а также стеклопакетов и пуленепробиваемых стекол. Производство автостекол - не основной вид деятельности, тем не менее это единственное предприятие на территории бывшего СССР, выпускающее стекла к иномаркам, соответствующие международным стандартам качества. Популярны благодаря доступной цене.

Другие производители, представленные на российском рынке:

FuyaoGlass (Китай), **Guardian Glass** (Испания), **StarGlass** (Испания), **Ugurlu** (Турция), **TamGlass** (Финляндия).

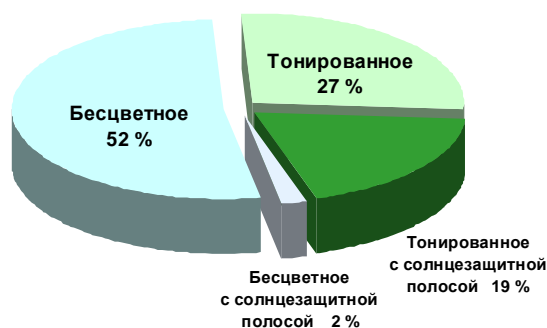
Товаропроводящая сеть на рынке вторичного автостекла в развитых странах давно сложилась и имеет четкую структуризацию:

Производитель ⇄ **Дистрибьютор/оптовый склад** ⇄ **Розничный продавец/установщик.**

Отечественный рынок более хаотичен и менее структурирован: из международных концернов–производителей только **Glaverbel** – совместно с Борским стекольным заводом (компания «Vor–Splintex Distribution») – имеет современные специализированные оптовые склады (открыты во второй половине 2001 г. в подмосковном Жуковском и Санкт-Петербурге). Почти все крупные российские фирмы-импортеры автостекла сосредоточены в Москве («Мобискар», «Иванко М-ва», «ASPI-group» и др.) и наряду с оптом ведут розничную торговлю, а также имеют собственные установочные мастерские. На региональном уровне специализированные компании практически отсутствуют и снабжение потребителей производится местными магазинами автозапчастей, закупающими стекло, как правило, у московских фирм.

По мнению участников российского рынка автостекла, емкость его растет, и в ближайшем будущем эта тенденция сохранится («Vor–Splintex Distribution», например, планирует открыть оптовые склады ещё в 10 городах России <«AutoParts», www.tehosmotr.ru/ap.nsf/ADoc/doc13.htm>). Вследствие роста предложения и насыщения рынка цены имеют тенденцию к снижению. С другой стороны, растет спрос на высококачественное, хотя и более дорогое стекло взамен низкосортных подделок из Турции, Китая и местных «кустарных мастерских». Бизнес становится более цивилизованным, конкуренция переходит из чисто «ценовой» к конкуренции «качества услуг».

Структура предложения автостекол (Москва)



Из всех видов автостекол (лобовые, боковые, задние) основной спрос, по статистике, приходится на лобовые стекла. Объемы продаж боковых и задних стекол сравнительно невелики и зависят преимущественно от криминогенного фактора, а так же неосторожного обращения и т. п. Именно в связи с этим в мировой практике принято оценивать емкость рынка автомобильного стекла ориентируясь на объемы продаж лобовых стекол.

Доля видов автостекол в объеме продаж

	«Auto Windscreens», Великобритания < 1 >	«Обзор украинского рынка автостекла» < 2 >	по данным продаж «ABC» 2000–2001 г.	
	в шт.	в шт.	в шт.	в \$
Лобовые	71 %	70 %	78 %	83 %
Боковые	21 %	25 %	15 %	7 %
Задние	8 %	5 %	7 %	10 %

< 1 > www.autowindcreens-corporate.co.uk/NHS < 2 > www.business.kiev.ua/print/5902

По оценке «Vor–Splintex Distribution» годовой оборот на московском рынке автостекол для иномарок составляет \$15–20 млн. При численности московского парка иномарок около 900 тыс. и средней цене стекла порядка \$100, его «время жизни» составляет 5 – 6 лет. Владельцы отечественных автомобилей меняют стекла реже, и для них этот показатель можно принять на уровне 8 – 10 лет.

Основные факторы, влияющие на цену автомобильного стекла:

1. Марка производителя (и, соответственно, уровень гарантируемого качества).
Самое дорогое – «оригинальное» – с маркой производителя автомобиля. Цена стекла «афтемаркет» крупных концернов–стеклопроизводителей ниже на 20 – 30 %. Стоимость продукции небольших европейских или азиатских фирм в 2 – 3 раза ниже оригинальных. Так как при изготовлении стекла на него можно поставить любое клеймо, стекла известных марок зачастую подделываются (по некоторым оценкам на российском рынке доля фальшивок доходит до 30 %).
2. Наличие дополнительных потребительских свойств или опций (тонировка, солнцезащитный светофильтр, подогрев поверхности или щеток стеклоочистителя, датчик дождя и т.п.). Цена лобового стекла в «навороченной» комплектации может превышать \$ 1000.
3. Конструктивная сложность или малораспространенность модели автомобиля.

Уровень розничных цен на автостекло для иномарок, \$

Марка и модель автомобиля	Москва, «Иванко М-ва»		Москва, «Автоцентр Кунцево»		Челябинск, «Автостекло»		город N, «АВС»	
	Мин.	Макс.	Мин.	Макс.	Мин.	Макс.	Мин.	Макс.
AUDI 80	70	270	48	61	н/д		51	146
AUDI 100	84	115	61	64	н/д		74	114
AUDI A3-A8	123	238	87	118		100		245
BMW 3 E	59	182	45	87	63	100		н/д
BMW 5 E	64	127	53	82	83	106	110	189
BMW 7 E	86	280	68	175		н/д		н/д
DAEWOO NEXIA		80		51		83	70	132
DAEWOO ESPERO		н/д		61		86	51	149
FORD ESCORT	50	266	44	59		83		н/д
FORD SCORPIO	75	305		н/д		83		104
MERCEDES W 124	77	135	58	99		н/д	72	115
MERCEDES W 140	143	372		247		158		н/д
MERCEDES W 201	71	96	66	73	83	100	99	100
MERCEDES W 210	146	175		н/д		106		н/д
MINI COOPER	72	91	64	138		92	70	130
NISSAN PRIMERA	93	124	74	85		н/д		н/д
OPEL OMEGA	80	131	93	97		109		102
OPEL KADETT	55	73		55		н/д	77	81
OPEL VECTRA	67	102	57	75		н/д		99
TOYOTA LANDCRUISER	75	238	58	136	109	120	108	247
VW PASSAT	57	159	56	92		100		155
VW GOLF	57	227	46	112		83	40	88
VOLVO 740/960	83	198	61	97		129	148	154
Вклейка стекла		45		40		25		н/д

Уровень розничных цен на автостекло для отечественных автомобилей, руб

Марка и модель автомобиля	Н.Новгород, «Пластмодерн»		Самара, «СЗТС»		Челябинск, «Автостекло»		город N, авторынки	
	Мин.	Макс.	Мин.	Макс.	Мин.	Макс.	Мин.	Макс.
BA3 2101 – 2107	280	420	350	480	310	1 120	350	520
BA3 2108 – 2109	340	460	450	550	390	1 400	420	600
BA3 2110 – 2112	570	680	900	1 100	1 010	1 380	1 000	1 500
BA3 2121	300	450	380	515	555	680	450	550
BA3 1111	320	450		450	565	760	500	600
М – 412	280	420		330	310	415		450
АЗЛК – 2141	340	460		480		745		600
ГАЗ 2410	300	450	425	675	450	1 150		н/д-
ГАЗ 3302	730	820		1 150	1 445	1 935		1 100-
УАЗ – 452	350	390		550		735		650
УАЗ – 469	100	150		254		330		н/д -
ОДА	480	600		638		900		750-
Установка стекла		250		н/д	100	200		70
Вклейка стекла		1 200		н/д	600	700		н/д

Источники информации: прайсы компаний

www.ivanko-m.narod.ru

www.avtosteklo.f2s.com

www.avtosteklo.ru

www.steklo.r2.ru

www.samglass.ru

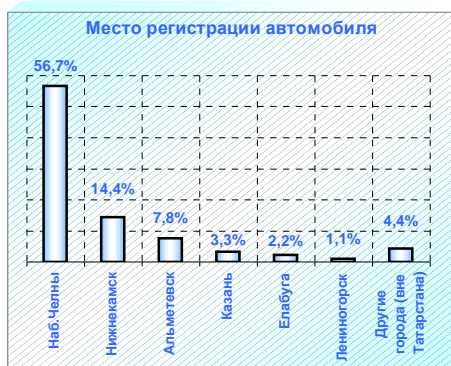
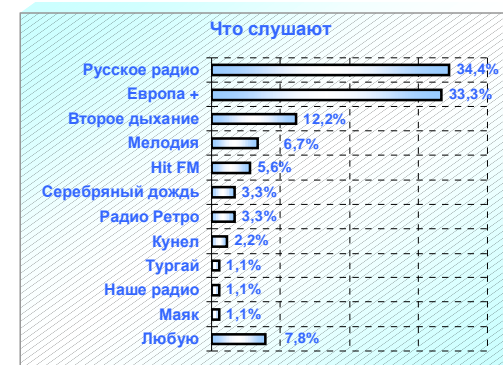
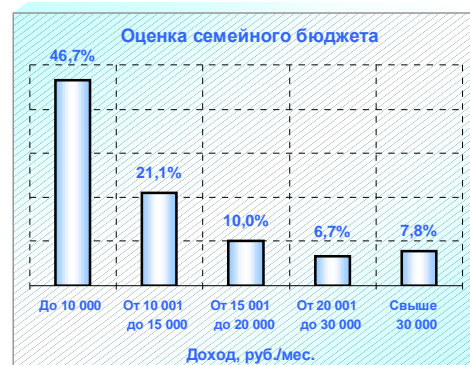
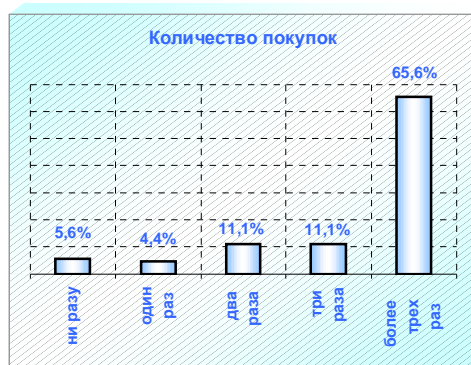
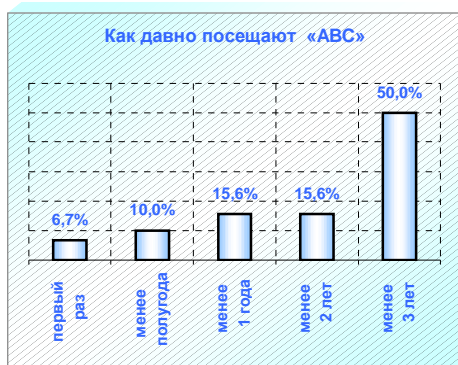
Расчет потенциального объема продаж автомобильных стекол по локальным рынкам Татарстана выполнен с использованием данных по структуре парка, сложившейся ценовой конъюнктуре и при частоте замены стекол для отечественных автомобилей 1 раз в 10 лет, для иномарок 1 раз в 6 лет.

Потенциальная емкость рынка автостекол в Татарстане

	Стоимость, руб.	Северо-Западный		Прикамский		город N		Юго-Восточный		Татарстан	
		тыс. шт.	млн. руб.	тыс. шт.	млн. руб.	тыс. шт.	млн. руб.	тыс. шт.	млн. руб.	тыс. шт.	млн. руб.
ВАЗ, в т.ч.		11,9	4,59	8,8	3,41	4,8	1,84	3,7	1,43	29,2	11,27
ВАЗ 2101-2107	350	8,6	3,00	6,4	2,23	3,4	1,20	2,7	0,93	21,0	7,36
ВАЗ 2108-2109	420	2,4	1,00	1,8	0,74	1,0	0,40	0,7	0,31	5,8	2,45
ВАЗ 2121	450	0,6	0,28	0,5	0,21	0,3	0,11	0,2	0,09	1,5	0,70
ВАЗ 2110	1000	0,3	0,31	0,2	0,23	0,1	0,12	0,1	0,10	0,8	0,76
Москвич	450	2,5	1,14	1,9	0,84	1,0	0,46	0,8	0,35	6,2	2,79
ГАЗ	700	1,3	0,93	1,0	0,69	0,5	0,38	0,4	0,29	3,3	2,29
УАЗ	600	1,0	0,58	0,7	0,43	0,4	0,23	0,3	0,18	2,4	1,43
Ока	500	1,0	0,48	0,7	0,36	0,4	0,19	0,3	0,15	2,4	1,19
Иномарки	2700	3,7	9,91	2,7	7,36	1,5	3,98	1,1	3,09	9,0	24,34
Другое	600	0,3	0,19	0,2	0,14	0,1	0,08	0,1	0,06	0,8	0,48
ВСЕГО продажа стекла		21,7	17,83	16,1	13,24	8,7	7,16	6,8	5,56	53,2	43,78
Вставка стекла, российские автомобили	70		1,24		0,92		0,50		0,39		3,04
Вклейка стекла, российские автомобили	500		0,15		0,11		0,06		0,05		0,38
Вклейка стекла, иномарки	700		2,57		1,91		1,03		0,80		6,31
ВСЕГО услуги по замене			3,96		2,94		1,59		1,24		9,73
ИТОГО			21,79		16,18		8,76		6,79		53,51

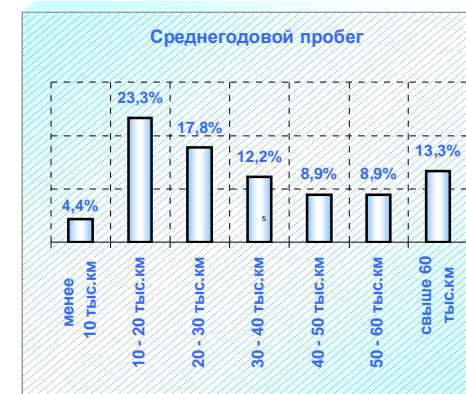
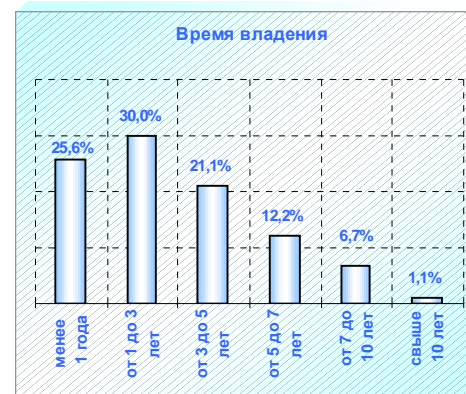
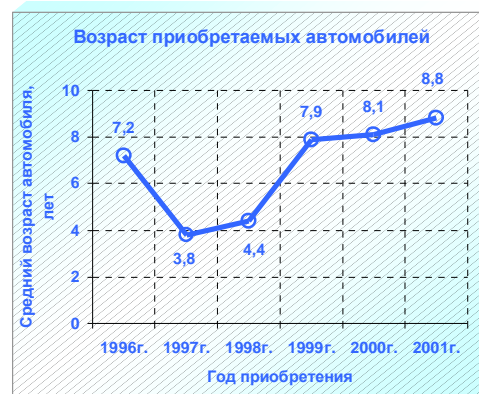
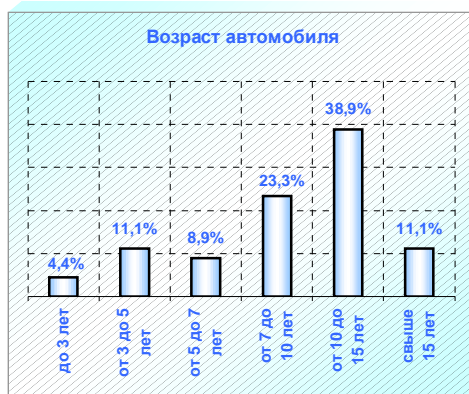
Анализ потребительского спроса.

Для определения актуальности создания в городе N специализированного «Центра автомобильных стекол» компанией «АВС» было организовано исследование потенциальных потребителей. Опрос проводился в ноябре–декабре 2001 г. среди посетителей магазина автозапчастей путем анкетирования. Образец анкеты представлен в Приложении, итоговое количество заполненных анкет составило 90 единиц.



Профиль клиента.

- Ø большая часть посетителей является постоянными клиентами «АВС» – 2/3 посещают магазин свыше года, 80 % делали покупки 3 и более раз. <Не ответили на вопрос 2 % респондентов>.
- Ø подавляющее число автомобилей имеют татарстанскую «прописку», в т.ч. 73 % в Прикамском регионе и 9 % в Юго-Восточном. <Не ответили 10 %>.
- Ø средний семейный бюджет составляет около 14 тыс. руб./месяц, при этом почти половина относит себя к группе с доходом менее 10 тыс. руб./месяц. <Не ответили 8 %>.
- Ø наиболее популярные радиостанции «Русское радио» и «Европа Плюс», имеющие практически одинаковый рейтинг (33 – 34 %), почти в 3 раза опережают ближайшего конкурента «Второе дыхание». <Не ответили 9 %>.
- Ø только 7 % опрошенных имеют страховку на автомобиль, еще 2 % собираются сделать это в ближайшем будущем. <Не ответили 10 %>.

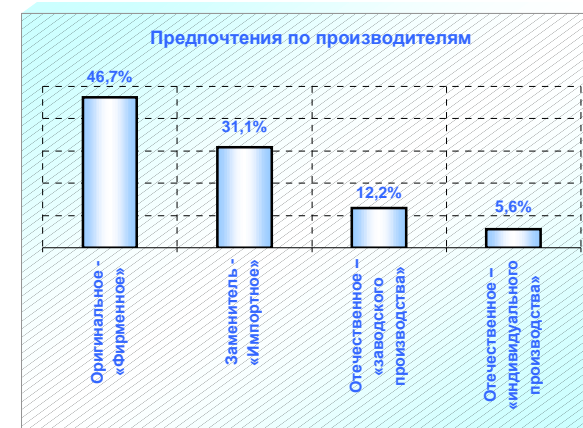
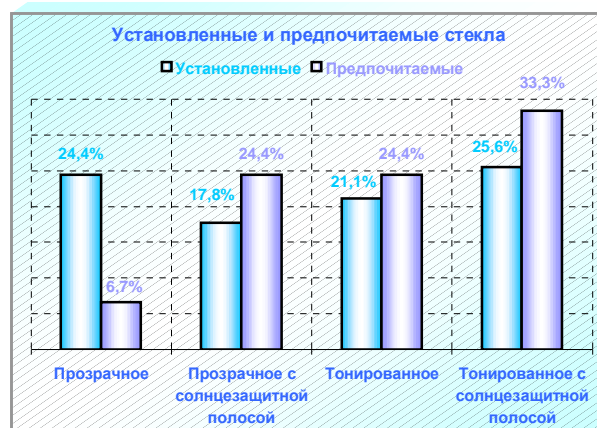
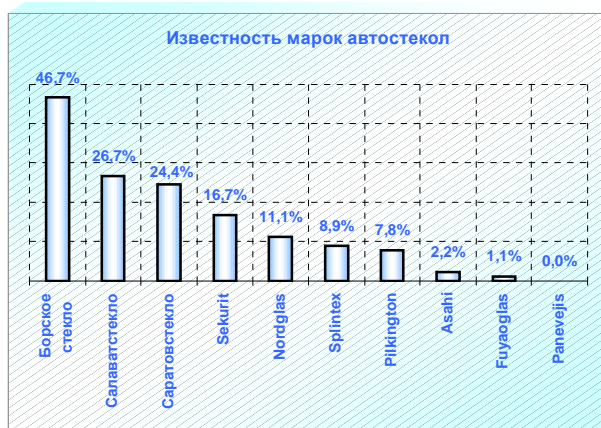


Структура парка иномарок

	База данных «ABC»	Опрос
VW	17,7 %	14,4 %
AUDI	11,7 %	20,0 %
FORD	11,7 %	5,6 %
OPEL	11,3 %	11,1 %
MERCEDES	8,7 %	7,8 %
MITSUBISHI	7,8 %	5,6 %
TOYOTA	5,6 %	8,9 %
NISSAN	4,8 %	2,2 %
BMW	3,0 %	6,7 %
PEUGEOT	2,6 %	–
Прочие	15,1 %	16,5 %

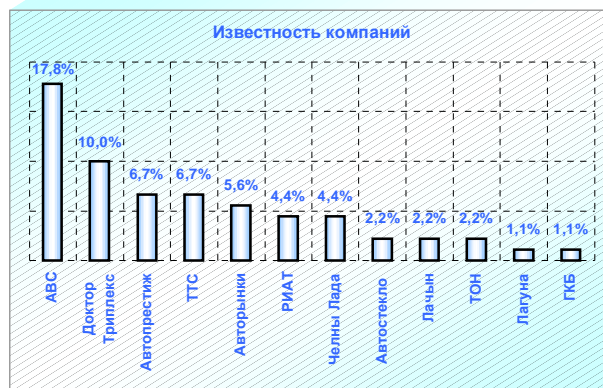
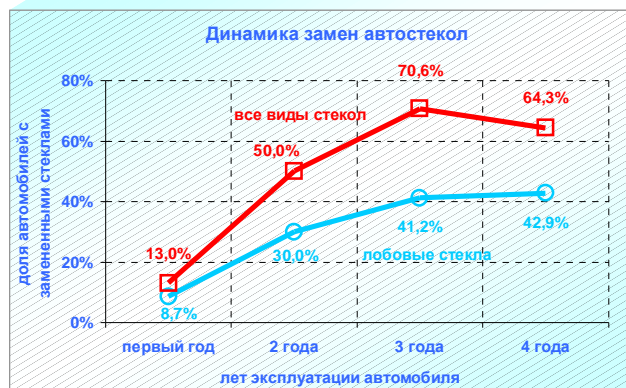
Автомобиль клиента.

- Ø Лидеры популярности – VW, Audi и Ford формируют более 40 % парка иномарок. В сумме с Opel и Mercedes эта пятерка занимает около 60 %. В целом на долю «Топ-10» приходится почти 85 % всех иномарок клиентов. <Не ответил 1 %>.
- Ø средний возраст автомобиля равен 9 годам. Наиболее весомую категорию – около 40 % – составляют машины, выпущенные 10-15 лет назад, доля современных автомобилей (до 3-х лет) почти в 10 раз меньше. Усиливается тенденция старения парка: если в 97-98 гг. средний возраст приобретаемого авто был 4 года, то сейчас он приблизился к 9 годам. <Не ответили 3 %>.
- Ø более половины опрошенных владеет этим автомобилем менее 3-х лет, а четверть приобрели его в текущем году. Среднестатистический срок пребывания у данного владельца составляет 3 года. <Не ответили 3 %>.
- Ø эксплуатируются автомобили достаточно интенсивно – в среднем 39,3 тыс. км пробега в год. Вместе с тем весомая доля автовладельцев (почти 30 %) наезжает в год менее 20 тыс. км, а пробег до 40 тыс. км имеют в совокупности почти 60 % посетителей. <Не ответили 4 %>.



Потребительские предпочтения.

- Ø клиенты слабо ориентируются среди производителей и марок автостекел – более трети не знают ни одной из указанных марок, ещё 30 % знают только отечественных производителей, и только каждый восьмой помнит какой марки стекла стоят у него в автомобиле. <Не ответили 38 %>.
- Ø наибольшей известностью пользуется марка Борского завода. Из «иностранцев» лидируют Sekurit, Nordglass и Splintex.
- Ø тонированные стекла с солнцезащитной полосой – наиболее популярные. Треть опрошенных отдает им предпочтение и они же чаще всего и установлены – у 26 %. Наименьшим спросом будет пользоваться прозрачное стекло – его выбрали только 7 %, хотя в настоящий момент оно имеется у четверти автовладельцев. <Не ответили 6 %>.
- Ø несмотря на дороговизну, почти половина клиентов выразила желание приобретать оригинальное фирменное стекло и только 18 % готовы поддержать отечественного производителя. <Не ответили 4 %>.

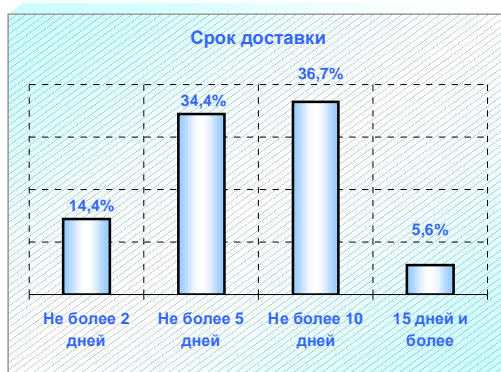
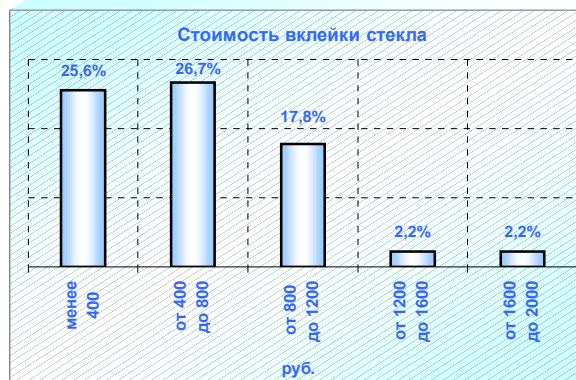
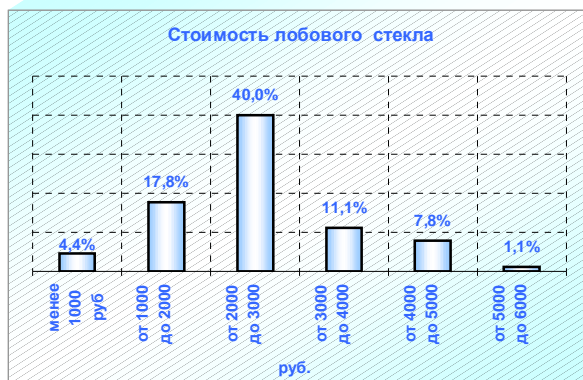


Структура заменяемых автостекол

	Замена стекол		С учетом ремонта	
	шт.	%	шт.	%
ЛОБОВОЕ	21	50 %	56	73 %
БОКОВОЕ	18	43 %	18	23 %
ЗАДНЕЕ	3	7 %	3	4 %
ИТОГО	42	100 %	77	100 %

Замена и ремонт автостекол.

- Ø опыт замены стекол имели около трети посетителей, при этом половина замен приходилась на лобовые стекла. <Не ответили 6 %>.
- Ø вероятность повреждений растет с увеличением срока эксплуатации автомобиля. В среднем хотя бы одно стекло ежегодно меняется на 18 % автомобилей. Лобовые стекла каждый год меняются на 12 % машин (т.е. среднестатистический «срок жизни» лобового стекла у иномарок составляет чуть менее 9 лет).
- Ø посетителям знакомы 12 местных компаний, занимающихся продажей или установкой автостекол, при этом наибольшей известностью пользуется магазин «ABC». Вместе с тем более половины респондентов не смогли назвать ни одной соответствующей торговой точки. <Не ответили 54 %>.
- Ø почти 40 % опрошенных ремонтировали стекла. Средняя стоимость ремонта – 586 рублей при диапазоне затрат от 50 до 3000 рублей. Из 6 названных фирм (Доктор Триплекс, ТОН, ТТС, Мировые автошины, Челны-Лада, нижнекамский Автоцентр) подавляющее большинство пользовалось услугами Доктор Триплекс. <Не ответили 8 %>.
- Ø создание специализированного магазина автостекол с услугами по установке имеет высокие шансы на успех – туда готовы обратиться, в случае необходимости, почти 60 % респондентов. <Не ответили 7 %>.



Цены и логистика.

- Ø диапазон ценовых ожиданий клиентов достаточно широк – от 600 до 5 100 рублей (за лобовое стекло). Среди ценовых сегментов заметно выделяется уровень 3 000 рублей, которому отдали предпочтение 40 % опрошенных и благодаря чему средняя стоимость стекла определилась в размере 2 900 рублей. <Не ответили 18 %>
- Ø разброс предполагаемых цен на услуги по наклейке стекла так же весьма велик (200 – 2 000 рублей), но явного лидерства не наблюдается. Средняя стоимость услуг оценивается покупателями на уровне 780 рублей. <Не ответили 22 %>
- Ø отношение стоимости наклейки к стоимости стекла колеблется в пределах 10 – 50 % при средневзвешенной величине около 27 %.
- Ø потребители имеют достаточно ясное представление о зависимости цены стекла от марки производителя. Однако стоимость «оригинального фирменного» оценивается ими только на треть дороже «отечественного заводского производства». Высокая цена стекла «индивидуального производства» – готовность платить за гибкость и персональность заказа.
- Ø довольно жесткие требования выдвигаются по срокам выполнения заказов – в среднем согласны ждать доставки 8 дней, а 14 % респондентов – не более 2-х дней. <Не ответили 9 %>

Пожелания клиентов.

Треть респондентов очень довольны уровнем сервиса, предоставляемого магазином «АВС», еще столько же затруднились с формулировкой каких-либо замечаний. Основные предложения высказанные покупателями:

- ∅ ускорить сроки выполнения заявок, организовать срочную доставку за 2 – 4 дня
- ∅ расширить ассортимент (по кузовным деталям, для японских авто, Daewoo, Opel, новых Mercedes, иностранных катеров и мотоциклов, литература по ремонту и техобслуживанию)
- ∅ иметь цены на уровне среднегородских без потери качества товара
- ∅ ввести в практику систему скидок или дисконтную карту для постоянных клиентов (до 15 %)
- ∅ повысить качество организации торговли (медленная скорость обслуживания, недостаточность информации, маленькие витрины, улучшить музыкальный фон, показывать тематические видеоролики)
- ∅ создать отдел запчастей, бывших в употреблении (в т.ч. по кузовным деталям)
- ∅ открыть филиал в городе F.

Резюме.

Проведенное исследование показало, что анкетирование посетителей магазина – эффективный способ получения ценной маркетинговой информации от целевой группы потенциальных потребителей.

Что касается данного опроса, следует заметить что небольшой объем выборки не позволяет делать однозначные выводы, поэтому результаты анализа следует рассматривать только в качестве ориентировочных.

Для отслеживания конъюнктуры рынка рекомендуется наладить анкетирование клиентов на регулярной основе с увеличением выборки до 200 – 300 человек при активном вовлечении в процесс всего персонала компании «АВС».

4

Прогноз сбыта.

По результатам оценки емкости и динамики развития регионального рынка автостекла и с учетом мнения потребителей, наиболее перспективными направлениями развития компании «АВС» следует считать:

- ∅ создание регионального оптового склада автостекла для иномарок и десятого семейства ВАЗовских автомобилей;
- ∅ открытие филиалов компании в городах F и S;
- ∅ разворачивание сети центров сервисного обслуживания по замене автостекол.

При формировании прогноза сбыта на 2002–2004 гг. рассматривалось два сценария развития, параметры которых представлены в таблице.

Варьируемые факторы	Пессимистический сценарий	Оптимистический сценарий
Рост парка автомобилей	5 % в год	10 % в год
Рост цен на автостекло	<ul style="list-style-type: none"> • 2002 – 15 % • 2003 – 10 % • 2004 – 5 % 	<ul style="list-style-type: none"> • 2002 – 20 % • 2003 – 15 % • 2004 – 10 %
Частота замены автостекол	иномарки – 9 лет ВАЗ 2110-12 – 10 лет	иномарки – 6 лет ВАЗ 2110-12 – 8 лет
Спрос на виды стекол (лобовое / боковое / заднее)	75% / 20% / 5%	
Стоимость автостекол (2001 г.) (лобовое / боковое / заднее)	иномарки – 2700 / 1200 / 3400 руб. ВАЗ 2110-12 – 1000 / 250 / 1000 руб.	
Доля на рынке автостекла (2002 г. / 2003 г. / 2004 г.)	Прикамский район	
	иномарки – 15 / 30 / 40 % ВАЗ 2110-12 – 0 / 5 / 10 %	иномарки – 25 / 40 / 50 % ВАЗ 2110-12 – 5 / 15 / 20 %
	в т.ч. город N	
	иномарки – 20 / 35 / 50 % ВАЗ 2110-12 – 0 / 10 / 15 %	иномарки – 30 / 50 / 70 % ВАЗ 2110-12 – 10 / 20 / 30 %
	Юго-Восточный район	
	иномарки – 5 / 30 / 40 % ВАЗ 2110-12 – 0 / 10 / 10 %	иномарки – 10 / 40 / 50 % ВАЗ 2110-12 – 10 / 20 / 30 %
доля рынка по замене автостекол		
	10 %	30 %

В настоящее время компания «АВС» владеет специализированным салоном-магазином и складскими площадями, достаточными для размещения оптового склада автостекла. Текущая доля компании на местном рынке стекла для иномарок оценивается нами на уровне 10 %.

Пессимистический сценарий основан на стратегии «эволюционного роста», предусматривающей развитие бизнеса с опорой на собственные возможности компании, последовательный охват локальных рынков, избирательные рекламные акции.

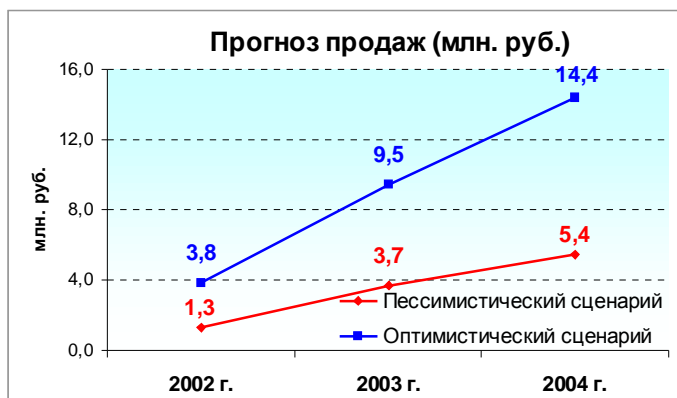
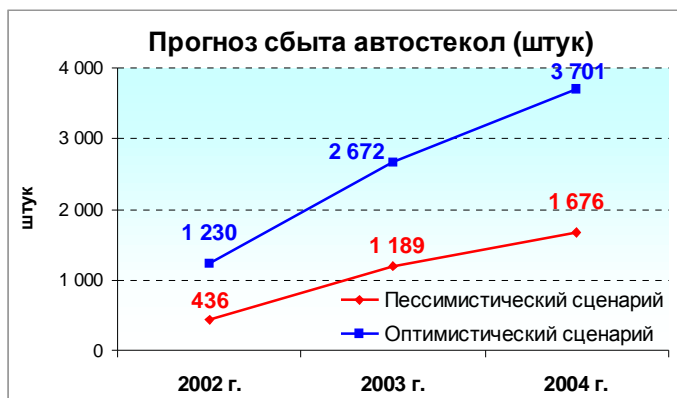
Оптимистический сценарий базируется на концепции «динамичное развитие»: привлечение стратегического партнера, широкая региональная сеть филиалов и сервисных центров, интенсивная рекламная деятельность.

Дополнительный потенциал расширения бизнеса связан с выходом на близлежащие рынки Удмуртии и Башкирии, к изучению которых компания приступит в ближайшее время.

Исходя из двух сценариев развития, интересующие нас рынки будут иметь следующие параметры:

Региональный парк автомобилей, тыс. шт.	Оценка 2001 г.	2002 г.		2003 г.		2004 г.	
		Пессимист. сценарий	Оптимист. сценарий	Пессимист. сценарий	Оптимист. сценарий	Пессимист. сценарий	Оптимист. сценарий
– город N (иномарки)	8,9	9,3	9,8	9,8	10,8	10,3	11,8
– город N (ВАЗ 2110-12)	1,9	2,0	2,1	2,1	2,3	2,2	2,5
– Прикамский район (иномарки)	16,4	17,2	18,0	18,1	19,8	19,0	21,8
– Прикамский район (ВАЗ 2110-12)	3,5	3,7	3,9	3,9	4,3	4,1	4,7
– Юго-Восточный район (иномарки)	6,9	7,2	7,6	7,6	8,3	8,0	9,2
– Юго-Восточный район (ВАЗ 2110-12)	1,5	1,6	1,6	1,6	1,8	1,7	2,0
– Татарстан (иномарки)	53,4	56,1	58,7	58,9	64,6	61,8	71,1
– Татарстан (ВАЗ 2110-12)	11,5	12,1	12,7	12,7	14,0	13,3	15,3

Потенциальная емкость регионального рынка автостекла, шт.	2002 г.		2003 г.		2004 г.	
	Пессимист. сценарий	Оптимист. сценарий	Пессимист. сценарий	Оптимист. сценарий	Пессимист. сценарий	Оптимист. сценарий
– город N (иномарки)	1 038	1 632	1 090	1 795	1 145	1 974
– город N (ВАЗ 2110-12)	200	262	210	289	221	317
– Прикамский район (иномарки)	1 913	3 007	2 009	3 307	2 109	3 638
– Прикамский район (ВАЗ 2110-12)	370	485	389	534	408	587
– Юго-Восточный район (иномарки)	805	1265	845	1 392	888	1 531
– Юго-Восточный район (ВАЗ 2110-12)	155	204	163	224	171	246
– Татарстан (иномарки)	6 230	9 790	6 542	10 769	6 869	11 846
– Татарстан (ВАЗ 2110-12)	1 210	1 585	1 271	1 743	1 334	1 917



Прогноз сбыта, шт.	2002 г.		2003 г.		2004 г.	
	Пессимист. сценарий	Оптимист. сценарий	Пессимист. сценарий	Оптимист. сценарий	Пессимист. сценарий	Оптимист. сценарий
Лобовых стекол, в т.ч.:	327	923	892	2 004	1 257	2 776
– город N (иномарки)	208	490	382	897	572	1 382
– город N (ВАЗ 2110-12)	0	26	21	58	33	95
– Прикамский район (иномарки)	287	752	603	1 323	844	1 819
– Прикамский район (ВАЗ 2110-12)	0	24	19	80	41	117
– Юго-Восточный район (иномарки)	40	127	254	557	355	765
– Юго-Восточный район (ВАЗ 2110-12)	0	20	16	45	17	74
– Всего (иномарки)	327	878	856	1 880	1 199	2 584
– Всего (ВАЗ 2110-12)	0	45	36	125	58	191
Боковых стекол	87	246	238	534	335	740
Задних стекол	22	62	59	134	84	185
Замена стекол	44	369	119	802	168	1 110
ИТОГО	436	1 230	1 189	2 672	1 676	3 701

Прогноз продаж, тыс. руб.	2002 г.		2003 г.		2004 г.	
	Пессимист. сценарий	Оптимист. сценарий	Пессимист. сценарий	Оптимист. сценарий	Пессимист. сценарий	Оптимист. сценарий
Лобовых стекол, в т.ч.:	1 016	2 899	2 970	7 175	4 376	10 882
– город N (иномарки)	645	1 586	1 303	3 344	2 053	5 664
– город N (ВАЗ 2110-12)	0	31	27	80	44	145
– Прикамский район (иномарки)	891	2 435	2 059	4 929	3 026	7 455
– Прикамский район (ВАЗ 2110-12)	0	29	25	110	54	178
– Юго-Восточный район (иномарки)	125	410	866	2 074	1 273	3 137
– Юго-Восточный район (ВАЗ 2110-12)	0	24	21	62	23	112
– Всего (иномарки)	1 016	2 845	2 925	7 003	4 299	10 592
– Всего (ВАЗ 2110-12)	0	54	45	172	77	290
Боковых стекол	120	354	361	885	534	1 348
Задних стекол	85	251	256	627	378	955
Замена стекол	35	310	105	774	156	1 180
ИТОГО	1 257	3 814	3 692	9 462	5 445	14 366

Анкета первичного исследования потребителей.

Уважаемый покупатель!

Ваше мнение поможет нам оценить актуальность и необходимость создания в нашем городе «Центра Автомобильных Стекол» с широким ассортиментом автостекол и высоким качеством услуг по их установке. Просим Вас ответить на несколько вопросов.

1. Как давно Вы посещаете наш магазин (подходящий ответ пометьте знаком «+» или «√»):

- первый раз менее полугода менее 1 года менее 2 лет менее 3 лет

2. Сколько раз Вы делали у нас покупки (подходящий ответ пометьте знаком «+» или «√»):

- ни разу один раз два раза три раза более трех раз

3. Назовите модель Вашего автомобиля _____,
год выпуска _____, с какого года Вы его эксплуатируете _____,
среднегодовой пробег Вашего автомобиля _____ км.

4. Заполните таблицу:

Город, где автомобиль зарегистрирован	Регион(ы), где автомобиль эксплуатируется

5. Знакомые Вам марки автостекол пометьте знаком «+» или «√»:

- Nordglas Asahi Fuyaoglas Саратовстекло
 Pilkington Splintex Борское стекло (Бор)
 Sekurit Panevejjs Салаватстекло

6. Назовите, какой марки автостекла в Вашем автомобиле

лобовое _____ боковое _____ заднее _____

7. Укажите, какие автомобильные стекла Вы предпочитаете, и какие установлены в Вашем автомобиле (пометьте знаком «+» или «√»):

Виды автомобильных стекол	Вы предпочитаете	Установлены
Прозрачное	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Прозрачное с солнцезащитной полосой	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Тонированное	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Тонированное с солнцезащитной полосой	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. Приходилось ли вам менять стекла в Вашем автомобиле: да нет

Если «да», то укажите сколько раз и в каком году:	Сколько раз	В каком году
лобовое	<input type="text"/>	<input type="text"/>
боковое	<input type="text"/>	<input type="text"/>
заднее	<input type="text"/>	<input type="text"/>

9. Если Вам придется менять автомобильные стекла, то Вы (пометьте подходящий вариант):

- отправитесь в автоцентр официального дилера марки вашего автомобиля
 сделаете это на обычной станции техобслуживания или в автомастерской
 обратитесь в специализированный магазин с услугами по установке стекол
 отправитесь к знакомому автослесарю
 другое _____

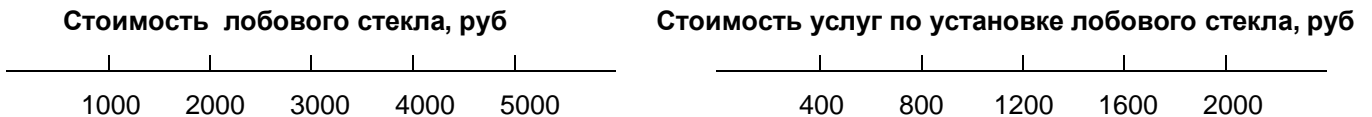
(продолжение опроса на обороте)

10. Какие пункты продажи и установки автомобильных стекол Вы знаете: _____

11. В случае замены, каким стеклам Вы отдадите предпочтение (поставьте подходящий вариант знаком «+»или «√»):

- Оригинальному - «Фирменному», хотя это дорого
- Заменителю - «Импортному», потому что дешевле
- Отечественному – «заводского производства», цена и качество устраивают
- Отечественному – «индивидуального производства», потому что изготавливают под заказ

12. Отметьте на шкалах приемлемые для Вас уровни стоимости лобового стекла и услуг по его установке:



13. Если в магазине не окажется нужного автостекла, то какое время ожидания Вы считаете приемлемым (поставьте подходящий ответ или напишите другой):

- Не более 2 дней.
- Не более 5 дней.
- Не более 10 дней.
- Не более ____ дней

14. Приходилось ли Вам ремонтировать трещины и сколы на стекле Вашего автомобиля: да нет

Если «да», то укажите, где Вы сделали ремонт и в какую сумму обошелся: _____

15. Ваш автомобиль застрахован: да нет. Если «да», то в какой компании: _____

16. Какую радиостанцию Вы предпочитаете слушать: _____

17. Вы относите себя к группе населения с доходом семьи (поставьте подходящий ответ):

- До 10 000 руб./мес.
- От 10 001 до 15 000 руб./мес.
- От 15 001 до 20 000 руб./мес.
- От 20 001 до 30 000 руб./мес.
- Свыше 30 000 руб./мес.

18. Напишите Ваши пожелания по улучшению работы нашего магазина: _____

Благодарим Вас за внимательное отношение!
Всегда рады видеть Вас в нашем магазине!
Администрация