

Технически университет – Габрово
Факултет “Стопански”



БАКАЛАВЪРСКА ТЕЗА

Тема: “Изследване развитието на пазара на автомобили Volkswagen, модел Golf”

Изготвила: Йохана Сашова Иванова

Факултетен номер : 31147407

Специалност: „ ИТ”, 4-ти курс, задочно,Бакалавър

Рецензент:

/ Доц.д-р Св.Панайотова /

/ Ас. В.Николова /

2015г.

Съдържание:

Въведение	3
Първа глава.Характеристика на пазара.....	4
1. Обща характеристика на понятието пазар.....	4
2. Видове пазари.....	5
3. Пазар на автомобили.....	7
4. Видове автомобили.....	10
5. Фактори, влияещи върху избора на потребителите.....	13
Първа глава.Методология на проведеното проучване за Развитието на автомобилите Фолксваген, Голф.....	14
Част първа.....	14
1. Цел на проучването.....	14
2. Обект на изследване.....	14
3. Определяне на изследователски въпроси.....	21
Част втора.....	22
1. Събиране, обработка на информация във връзка с Развитието на автомобили Голф.....	22
2. Определяне модел и обем на извадката.....	30
3. Избор на метод за събиране на данни.....	31
4. Разработване на полеви документи.....	32
Анкета.....	32
5. Метод на обработка на данните.....	35
Част трета.....	36
1. Въвеждане, обработка, първична проверка и Предварителен анализ на данните.....	36
Изводи от проучването	46
Заклучение.....	47
Използвана литература.....	48

Въведение :

Актуалността на разглеждана тема произлиза от това, че автомобилите са неразделна част от ежедневието на хората. Това е така, защото те осигуряват удобство за предвижването им, било то от работа до къщи или до друго място.

Всеки собственик на автомобил има предпочитана марка и модел, който закупува.

Мина времето, когато нямаше голям избор на автомобилите.

Естествено, когато потребителят остане доволен той ще се върне отново. Доверие се печели с осигуряването на качество и надеждност, а Фолксваген е известен с висока удовлетвореност на клиентите и трябва да следват този принцип.

Обектът на настоящото изследване е пазарът на автомобили Volkswagen, модел Golf.

Предметът на изследването е предпочитанията на потребителите при покупка и потребление на автомобилите.

Основната цел на курсовият проект е да разгледаме развитието на пазара на автомобилите от този модел през годините. Ще разгледаме и разнообразието на моделите на тази марка автомобили, качеството и предпочитанията на клиентите.

При пазарните условия основна стратегия на всяка фирма трябва да е съобразена и да отразява информация от различни проучвания и изследвания.

Поради динамичната среда, в която функционира търговията се налага предварително да се изследва, както състоянието и тенденциите на избрания пазар, също така и представите и мотивите на потенциалните потребители, за да бъде изготвена програма, която да е ориентирана към потребностите и предпочитанията на пазара и целевите групи, като се вземат под внимание оценките на крайните потребители.

За постигане на поставената цел ще бъдат решени следните задачи:

- ❖ **Ще набера качествена информация за успеха на автомобилите от тази марка;**
- ❖ **Ще осигурия информация за това какво хората знаят за марката и кои от тях я предпочитат;**