



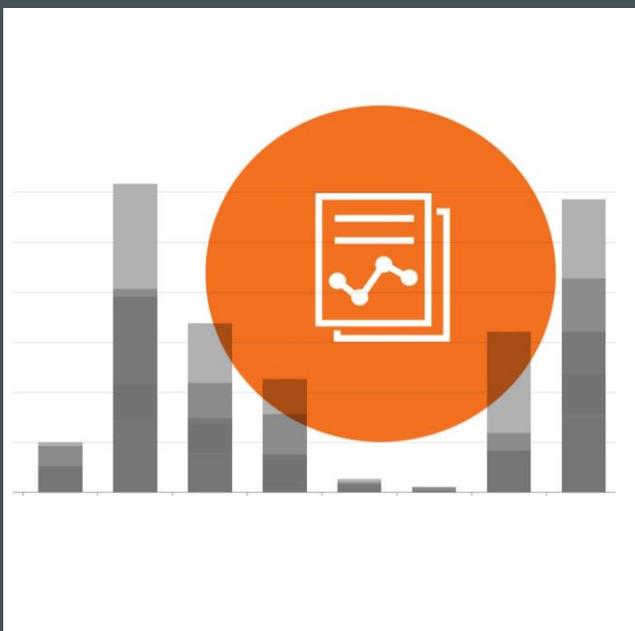
МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

ЗАКАЗЧИКИ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ



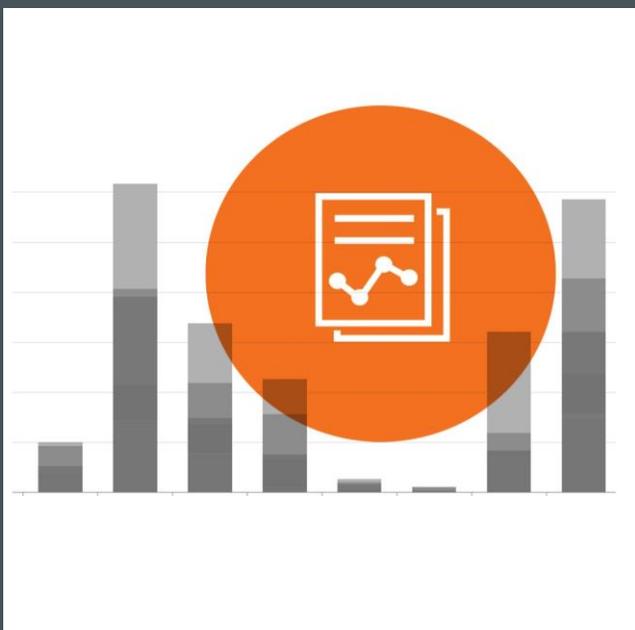
- Производители (дистрибуторы, агенты и т.п.) продукции и услуг с целью получения актуальной информации по состоянию рынка и проверки достоверности собственных сведений;
- Производители, заинтересованные в выходе (в том числе и впервые) на новые рынки с целью оценки своих перспектив;
- Компании, заинтересованные в привлечении новых клиентов;
- Компании-потребители, заинтересованные в снижении своих издержек на регулярно приобретаемые товары (услуги) и/или улучшения их качества;
- Компании, заинтересованные в проверке профессионализма своих маркетинговых и/или снабженческих служб (в том числе и с целью проверки лояльности персонала), а также проверки достоверности ранее полученных данных;
- Предприятия ОПК, заинтересованные в развитии гражданской продукции и диверсификации своего производства;
- Для предоставления в составе бизнес-плана инвестору или в банк.

СОДЕРЖАНИЕ ОТЧЕТА О МАРКЕТИНГОВОМ ИССЛЕДОВАНИИ



- Анализ рынка продукции (товара или услуги) с сегментацией по регионам (странам), номенклатуре, потребителям;
- Количественные (объем, количество сегментов, цены, количество конкурентов, спрос и предложение) и качественные (степень насыщенности, уровень конкуренции, сезонность) показатели рынка;
- Детальный анализ основных производителей и потребителей на рынке;
- Показатели импорта и экспорта на рынке, основные импортеры и экспортеры продукции, соотношение импортной и ответственной продукции;
- Ценовой анализ;
- Анализ сильных и слабых сторон (SWOT-анализ);
- Прогноз развития рынка на ближайшие годы.

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ГЛАВЫ ОТЧЕТА



Анализ и оценка
существующих
барьеров входа в
отрасль



Анализ
действующей
нормативной базы



Сведения о применяемых
стандартах и технических
регламентах



Патентный анализ



Сведения об основных
потребителях и
производителях



И другая информация,
интересная заказчику!

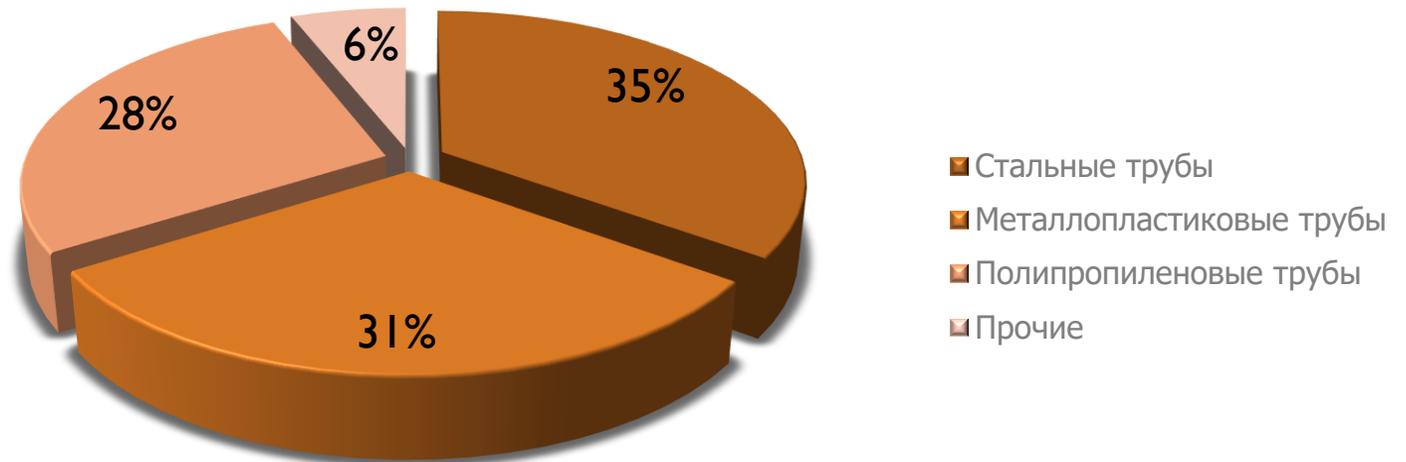


СТАТИСТИЧЕСКИЕ ВЫКЛАДКИ



Сегментация:

на примере российского рынка труб водоснабжения и отопления в 2015 г.



Сегментация проводится:

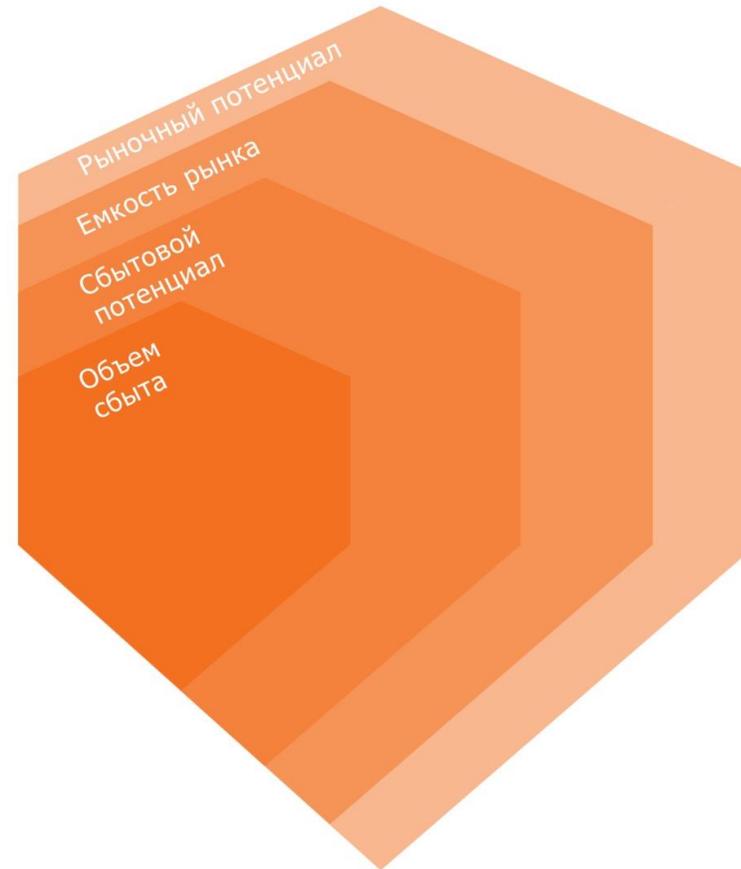
- По видам изделия;
- По областям применения;
- По назначению;
- По географии использования и т.д.

СТАТИСТИЧЕСКИЕ ВЫКЛАДКИ



Объем и емкость рынка:

оценка существующего положения и насыщенности рынка в натуральном и денежном выражении

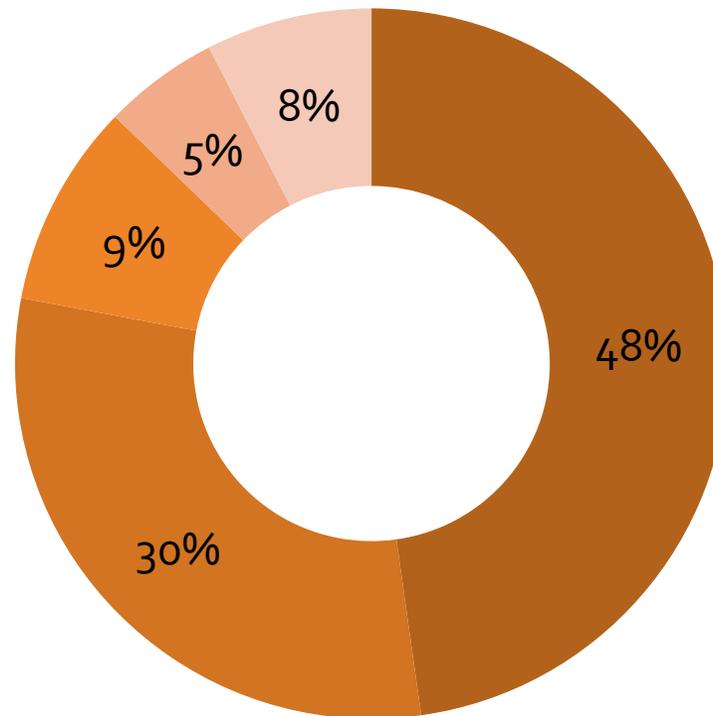


СТАТИСТИЧЕСКИЕ ВЫКЛАДКИ



Анализ основных игроков:

доли рынка основных российских производителей химических средств защиты растений в 2015 году



- ЗАО «Фирма «Август»
- АО «ЩЕЛКОВО АГРОХИМ»
- ООО «АГРО ЭКСПЕРТ ГРУП»
- АО «ФМРус»
- Остальные

ИНСТРУМЕНТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ



Формула объема рынка:

Зная объем производства, объемы импорта и экспорта, можно рассчитать объем рынка или потребления продукции за исследуемый период

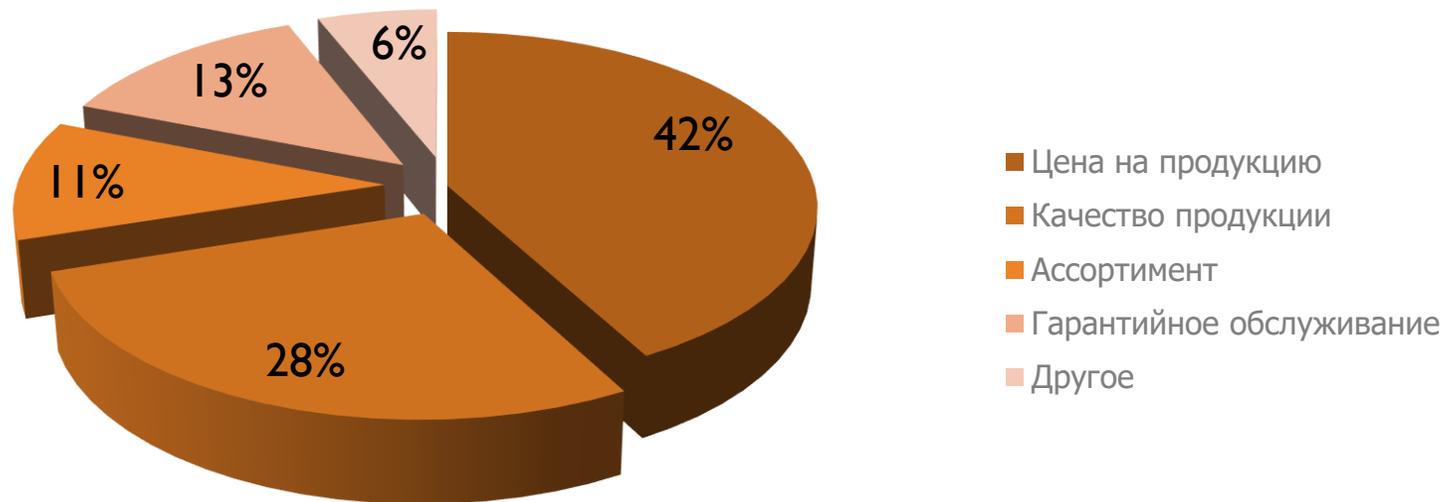
$$V_{\text{рынка}} = V_{\text{производства}} + \text{Импорт} - \text{Экспорт}$$

ИНСТРУМЕНТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ



Анализ потребителей:

Потребительские предпочтения при принятии решения о покупке продукции по данным опроса потребителей (трубопроводная арматура)

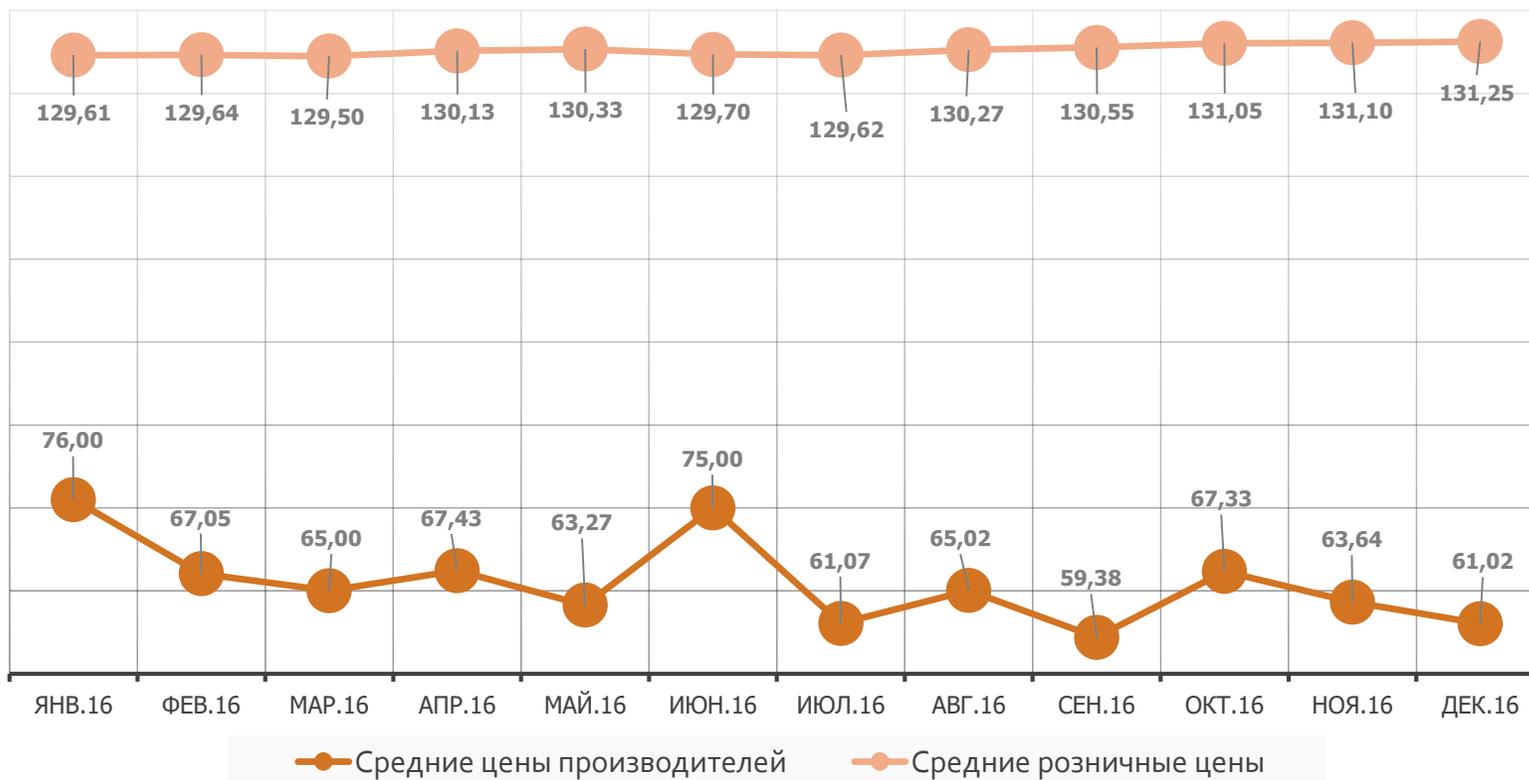


ИНСТРУМЕНТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ



Ценовой анализ:

цены производителей и розничные цены на овощные консервы в Южном федеральном округе РФ (в рублях за 1 килограмм)



ИНСТРУМЕНТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ



SWOT – анализ:

анализ сильных и слабых сторон

Использовать	Избегать
<p>Strengths (сильные стороны)</p> <ul style="list-style-type: none">• Известность бренда среди потребителей• Высокое качество товара	<p>Weaknesses (слабые стороны)</p> <ul style="list-style-type: none">• Высокие транспортные издержки• Низкий уровень применяемых технологий
<p>Opportunities (возможности)</p> <ul style="list-style-type: none">• Сдвиг потребления происходит в сторону более дорогих сегментов	<p>Threats (угрозы)</p> <ul style="list-style-type: none">• Появление большого числа новых конкурентов в предыдущем году

ПРОЦЕСС ИССЛЕДОВАНИЯ И ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ



Готовое исследование:



Формат предоставления:
электронный (MS Word, PDF), возможно
представление печатной версии.



Срок подготовки: от 20 рабочих
дней.



Объем: от 100 страниц.



Стоимость: в зависимости от сложности
и трудоемкости поставленных задач.

ПРОЦЕСС ИССЛЕДОВАНИЯ И ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ



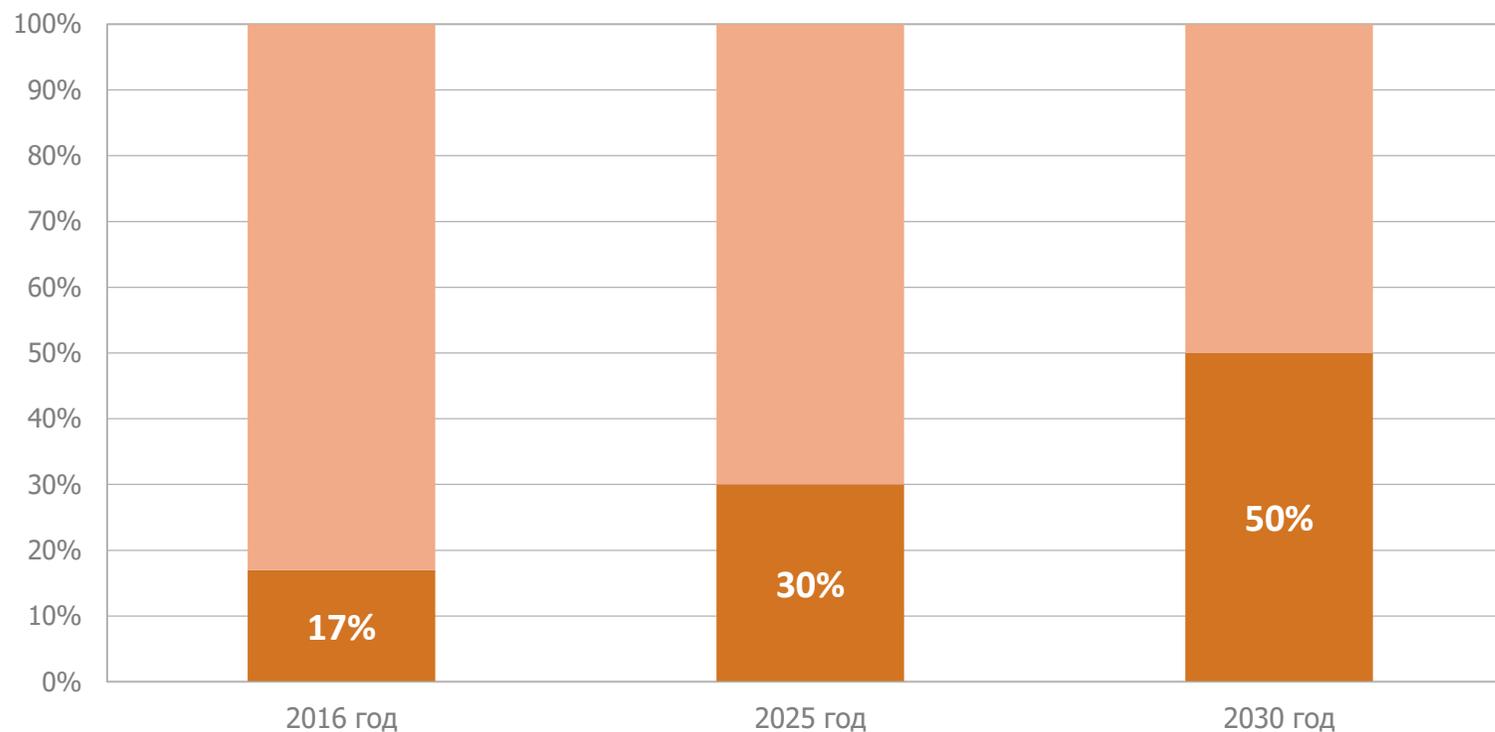
Источники информации:

- Базы данных российских и международных органов статистики;
- Данные государственных и других структур, в том числе ФСГС РФ, ФТС РФ, ОАО «РЖД» и др.;
- Отраслевые и специализированные информационные порталы и печатные издания;
- Материалы сайтов исследуемой тематики (web-ресурсы производителей и поставщиков, электронные торговые площадки);
- Региональные, федеральные и зарубежные СМИ;
- Отчетность акционерных обществ и другие документы организаций;
- Опросы участников рынка и официальные запросы;
- Собственные базы данных аналитического бюро LW-Analytics.

ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ОПК



Планируемая доля продукции гражданского и двойного назначения в российском ОПК по годам:



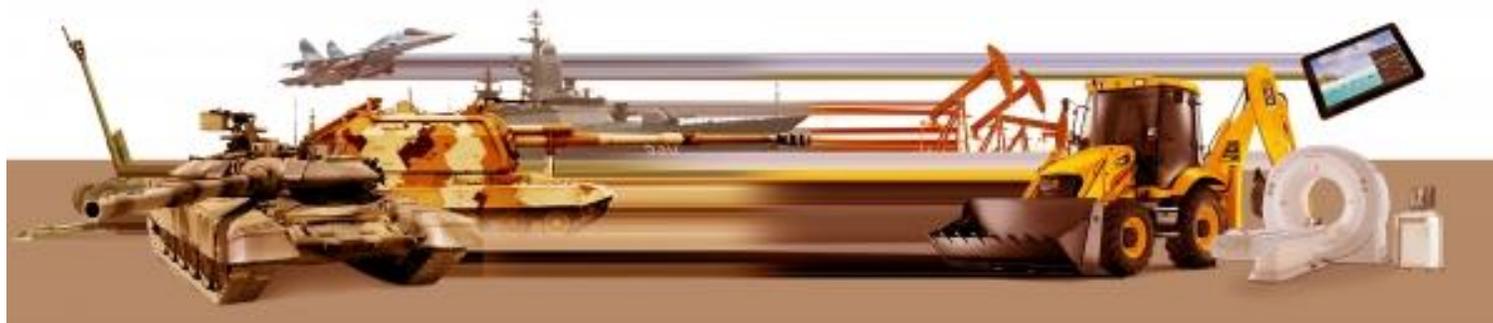
- Согласно планам развития ОПК доля продукции гражданского и двойного назначения к 2025 году должна составлять — 30%, а к 2030 — половину.
- На 2016 доля составляет 17%.

ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ОПК



Российские предприятия ОПК располагают современной научной, конструкторской и производственной базами для успешного внедрения своих новых высокотехнологичных разработок в следующих областях:

- топливно-энергетический комплекс и геологоразведка;
- машиностроение;
- медицинское оборудование;
- средства связи и коммуникации;
- радиоэлектронная промышленность;
- сельское хозяйство и защита окружающей среды;
- создание принципиально новых материалов для всех отраслей экономики;
- потребительские товары и многое другое.





БЛАГОДАРИМ ЗА ВНИМАНИЕ!

Тел: (495) 545-32-61, (915) 347-87-44