|  |  |
| --- | --- |
| **АИК ЦИФРА мал** | **АИК “ЦИФРА”** Профессиональный консалтинг для бизнеса.[www.tcifra.ru](http://www.tcifra.ru)  |
|  |  |
|  |  |

**Типовой план проведения маркетингового исследования**

I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РЫНКА

1. Общая характеристика рынка объекта исследования

1.1. Понятие объекта исследования

1.2. Показатели социально-экономического развития

1.3. Влияющие рынки

2. Структура рынка объекта исследования

2.1. Сегментация рынка по основным видам продукции

2.2. Сегментация рынка по видам упаковки

2.3. Ценовая сегментация рынка

2.4. Сезонность на рынке

3. Объём производства и импорта

3.1. Объем и темпы роста рынка

3.2. Объем и темпы производства

3.3. Объем и темпы импорта

4. Конкурентный анализ рынка объекта исследования

4.1. Конкуренция на рынке

4.2. Описание профилей крупнейших игроков рынка

5. Каналы продаж на рынке объекта исследования

5.1. Особенности сбытовой политики на рынке

6. Анализ конечных потребителей рынка

6.1. Описание потребительского сегмента

6.2. Объём потребления на рынке

7. Выводы и рекомендации по исследованию

7.1. Основные тенденции рынка

7.2. SWOT-анализ рынка

7.3. Риски и барьеры рынка

IV. ОБЩЕЕ РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ