

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://stuservis.ru/kontrolnaya-rabota/117611>

**Тип работы:** Контрольная работа

**Предмет:** Маркетинг

Введение 3

1.Анализ отрасли 5

2.Создание нового продукта 12

Заключение 14

Список использованных источников 15

Введение

Маркетинг представляет собой обширную и разностороннюю деятельность предприятия, включающую разнообразные бизнес-процессы. Маркетологи выполняют огромное количество функций и задач, ориентированных на аналитику деятельности компании и поиск путей повышения ее эффективности. Каждое направление деятельности маркетолога связано с цепочками действий и управленческих решений, ориентированных на анализ конкурентного окружения, потребностей целевой аудитории, особенностей коммуникационных каналов.

Понимание трендов развития рынка и потребительских предпочтений, а также использование потенциала предприятия позволяет создавать новые продукты и осуществлять их дистрибуцию максимально эффективно.

В связи с этим целью исследования является анализ рынка соковой продукции и создание нового товара.

Задачи исследования:

- анализ рынка соковой продукции,
- оценка потребительских предпочтений,
- создание нового продукта,
- разработка концепции упаковки и коммуникаций с целевой аудиторией.

Предмет исследования – анализ рынка соковой продукции.

Объект исследования – рынок соковой продукции.

Информационная база исследования: отраслевые отчеты, публикации экспертов, учебная и методическая литература.

Методы исследования:

- анализа и синтеза,
- комплексный и системный подход,
- моделирования,
- анализ открытых источников, размещенных в Интернет-ресурсах,
- открытые данные компаний-производителей отрасли,
- дедукции и индукции.

Исследовательский вопрос – возможность создания нового продукта, востребованного на рынке соковой продукции.

Ожидаемые результаты:

- выявлена концепция создания нового продукта,
- описана концепция нового продукта,
- представлен вариант коммуникаций с потребителями.

Степень изученности данной темы достаточно высокая, что обусловлено интересом к ней со стороны предпринимателей, ученых, экономистов, менеджеров разного уровня, а также потребителей соковой продукции

Структура исследования обусловлена его сложностью и представлена двумя разделами.

1.Анализ отрасли

Отрасль производства соков является одной из крупнейших в отраслевом кластере производство и продажи товаров народного потребления. Напитки (соки) относятся к первоочередным человеческим потребностям, поэтому уровень спроса на продукцию достаточно высокий и относительно постоянный (если не учитывать сезонность).

Определяющими факторами, оказывающими влияние на отрасль, являются:

- снижение реальных доходов и покупательной активности населения вследствие спада в экономике;
- рост уровня цен на сырье и издержки производства в условиях ослабления курса национальной валюты;
- усиление конкуренции со стороны региональных производителей и за счет развития собственных торговых марок крупных федеральных сетей;
- смещение потребительского спроса в сторону более полезной и недорогой продукции;
- отсутствие сильного отечественного бренда, который мог бы конкурировать с рыночными монополистами такими, как Кока-Кола и Пепси;
- насыщение низкого ценового сегмента, в котором конкурируют российские производители, и усиление борьбы за потребителя между ними.

Отрасль уже длительный период времени не показывает положительной динамики роста, что обусловлено достижением максимальной емкости и ее стагнацией. В ней можно выделить три основных категории: соки, нектары, сокосодержащие напитки.

Вход в отрасль достаточно сложный так как требуются большие вложения в строительство завода, а в категории производства воды – наличие скважины или источника.

С каждым годом требования к качеству воды и напитков повышается, что усложняет вход в отрасль. Поэтому новые участники рынка появляются редко.

Можно сказать, что отрасль стагнирует, динамика проявляется только в изменении структуры производства видов напитков (вызванные трендами потребления) и структуры продаж (значительное увеличение продаж в сетевом канале).

В настоящее время в отрасли выделились несколько крупных лидеров, которые занимают значительную долю федерального рынка, такие как Coca-Cola и Pepsi-Cola (более 75,3% рынка), российские производители ООО «Аквалайф», ООО «Вико», ООО «Бобимекс», ООО «Мастер», ООО «Лидер», ООО «Волжанка» и другие. Вышеперечисленные компании относятся к категории производителей и продавцов одновременно, так как имеют своих производственные площадки и систему продаж.

Помимо них на рынке работает большое количество компаний, которые занимаются только развитием дистрибуции напитков.

Структура продаж представлена:

- производителями,
- федеральными розничными сетями,
- региональными розничными сетями,
- дистрибьюторами,
- несетевой розницей,
- интернет-магазинами.

К участникам отрасли можно отнести:

- производителей компонентки для напитков,
- производителей проформы и стеклотары, упаковки, колпачков, ручек
- производителей этикетки.

1. Отчет AsNielsen (безалкогольные напитки) 2019 г.

2. Рынок соков пошёл в рост. Хотя и не должен был // <https://expert.ru/2019/07/11/rynok-sokov-poshyol-v-rost-hotya-i-ne-dolzhen-byl/>

3. Текущее состояние отрасли производства безалкогольных напитков в России и в г. Москва 2017 год // <http://apr.mos.ru/files/analytics/170412%20Отраслевое%20совещание%20по%20напиткам.%20Отчет%20по%20безалк>

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://studservis.ru/kontrolnaya-rabota/117611>