

Оценка и прогноз состояния рынка безалкогольных напитков на основе динамики объемов производства



Подготовили:

студентки ФМк, ДММ-1, 3 курс

Гомон В.К.

Строк В.А.

Руководитель:

Гуртовой Андрей Александрович

Специфика маркетинга в условиях B2B рынка

 **Закрытость информации о деятельности компаний**

 Использование данных официальной статистики

Задача грамотно проанализировать и интерпретировать имеющиеся данные необходима, чтобы оценивать рыночную ситуацию, принимать взвешенные решения, прогнозировать и планировать состояние рынков.

Анализа и преобразование данных официальной статистики для оценки рынка

Первый шаг - разработка системы показателей для оценки динамики и устойчивости функционирования отдельных отраслей экономики

Темп роста

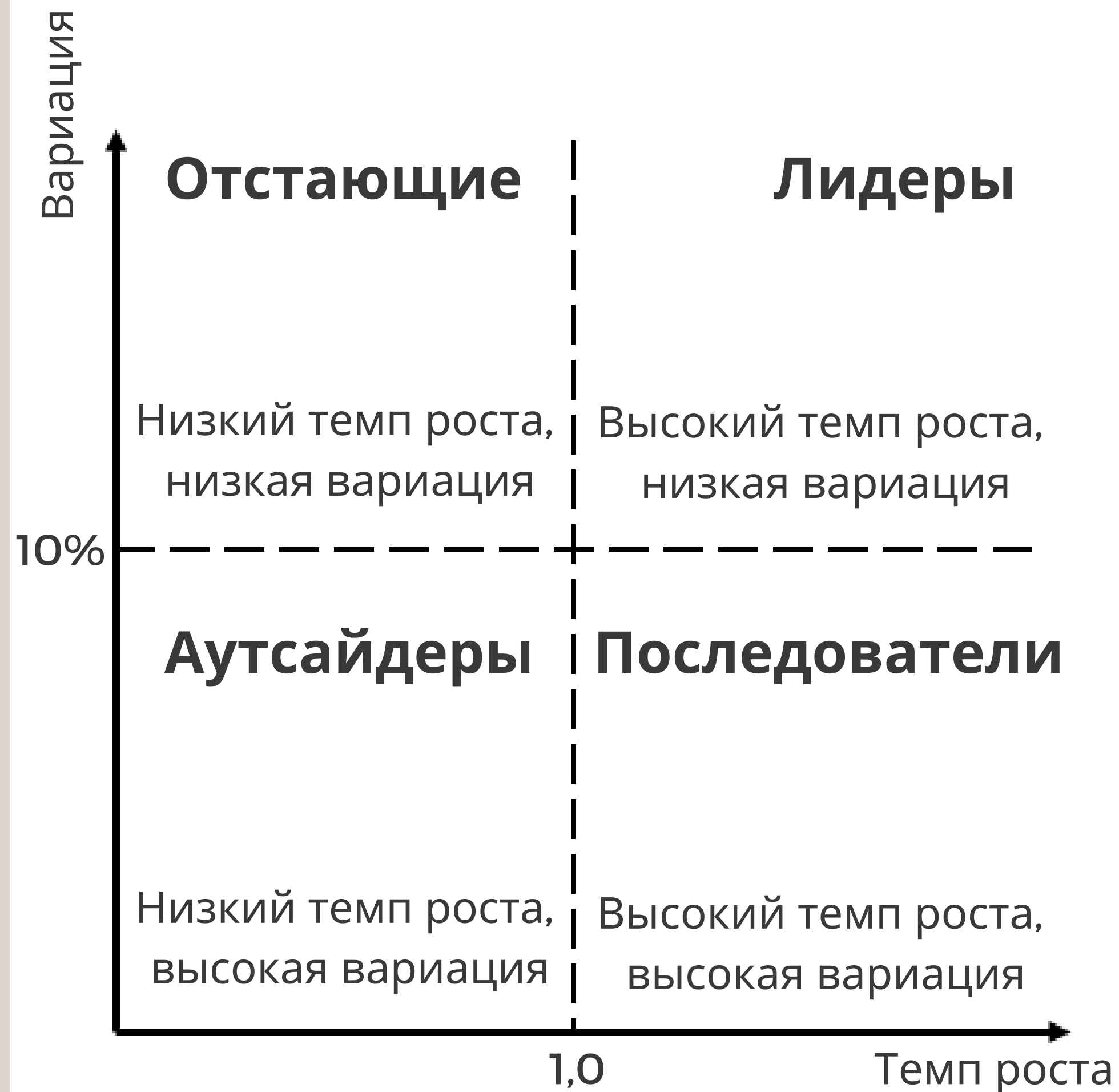
Изучение динамики
отрасли

Коэффициент вариации

Изучение устойчивости
отрасли

Второй шаг -
использование матричного
подхода

Применяется для визуального
представления данных,
выполнения сравнения
отраслей между собой и оценки
рынка в целом



■ **Отрасли-аутсайдеры**

Производство обуви,
стиральных бытовых машин

■ **Отрасли-лидеры**

Производство шоколада,
сыра, безалкогольных
напитков, пива, сливочного
масла, цельномолочной
продукции и др.

Для детального
рассмотрения нами был
выбран рынок
безалкогольных
напитков, имеющий
индекс темпа роста
равный 1,044 и
коэффициент вариации
4,3%

Представители отрасли



За последние годы уровень потребления безалкогольных напитков **значительно вырос:**

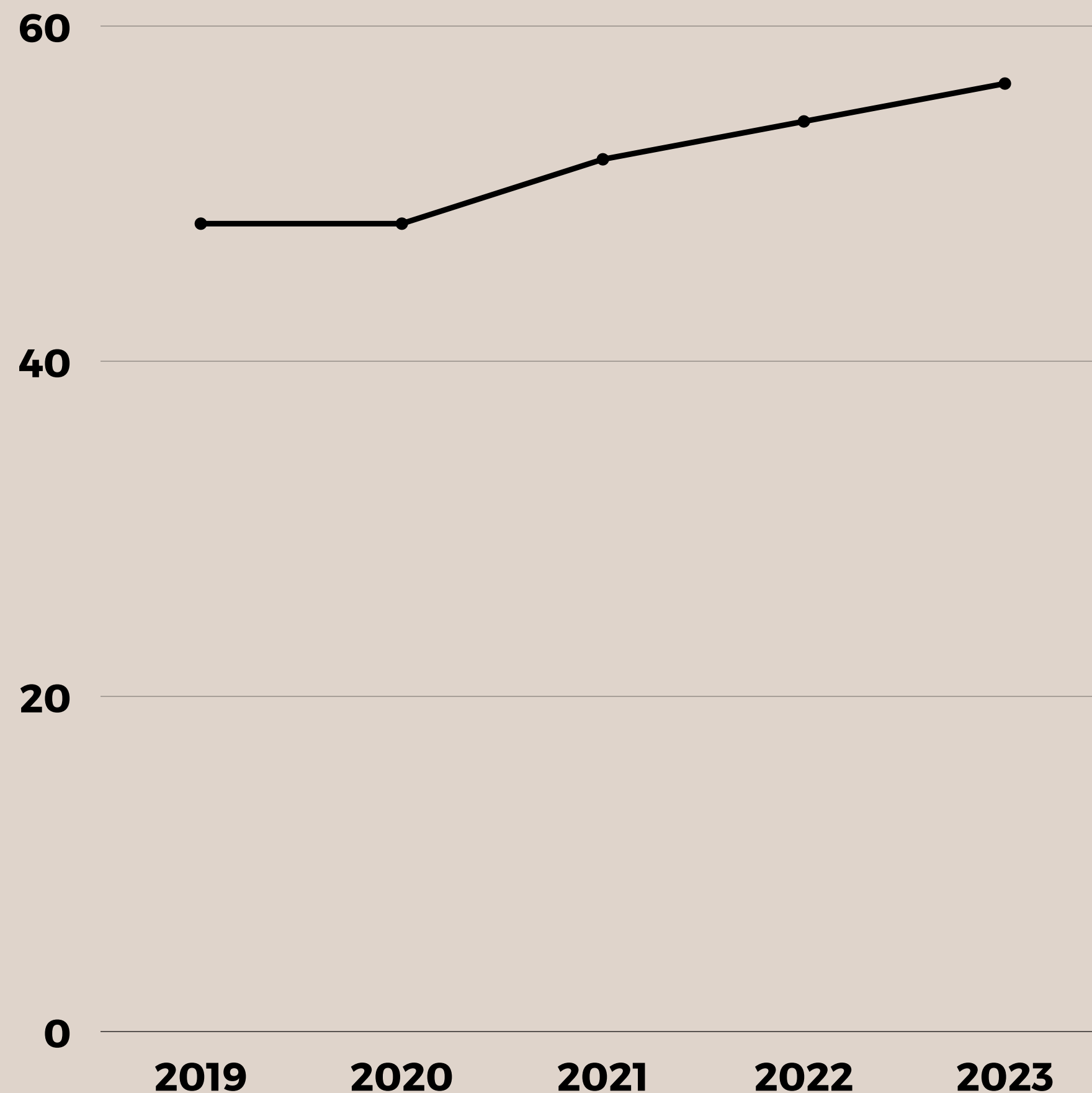
- расширение вкусовой гаммы предлагаемых напитков
- увеличение числа сегментов в уже существующих вкусовых направлениях

Это в целом приводит к росту общего уровня потребления и повышению спроса, непосредственно связанных с расширением предложения на рынке, проведением агрессивной ценовой политики или посредством инновационной базы.



Определение прогнозных значений

Уравнение тренда:
 $y = 2,26 t + 38,48$



Тренды на рынке безалкогольных напитков

01

Восприятие
бутилированной
питьевой воды как
товара первой
необходимости

02

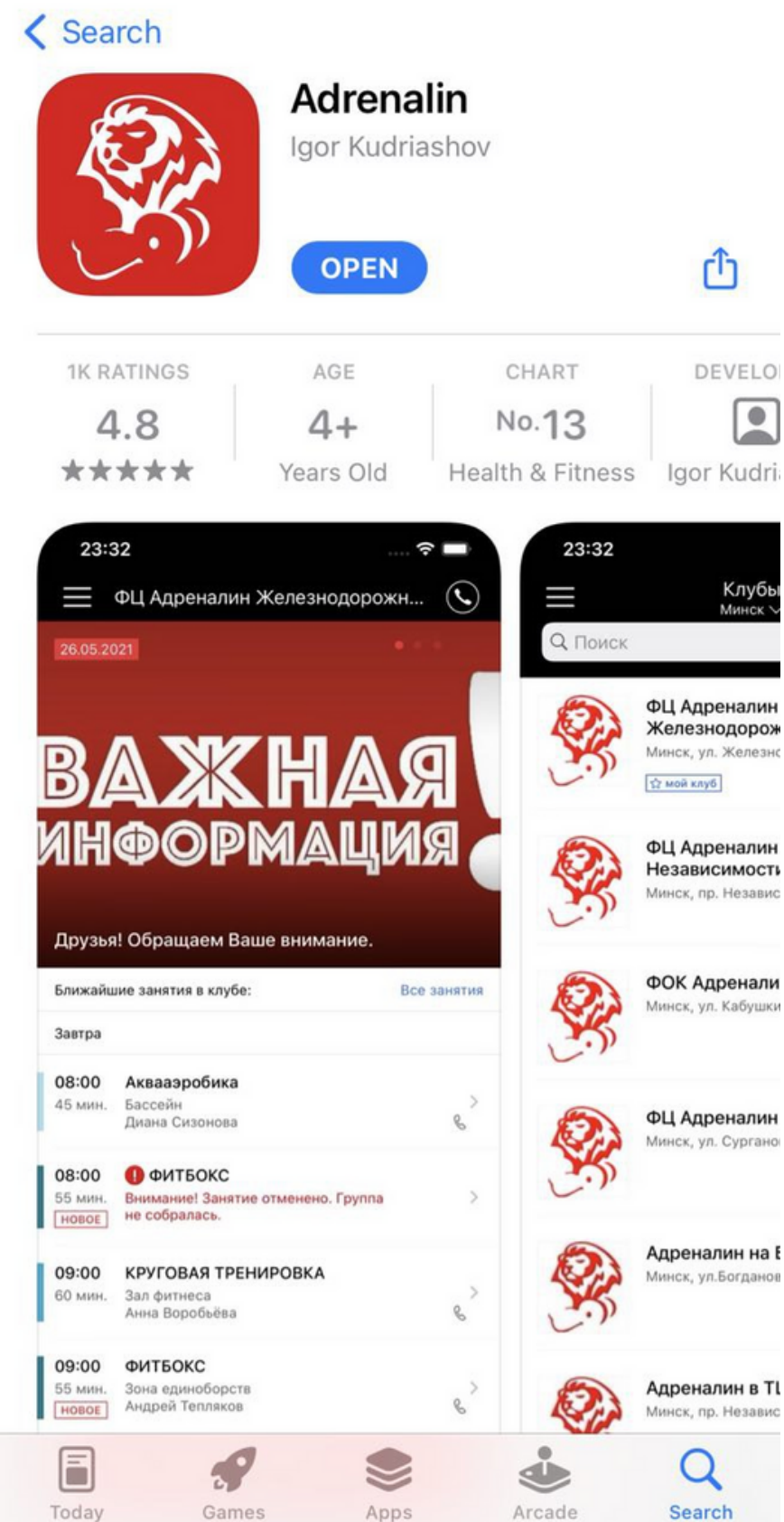
Рост интереса
потребителей к
концепции ЗОЖ

03

Использование
бутилированной
воды для
приготовления пищи
ввиду плохого
качества
водопроводной воды

04

Отмечается интерес к
витаминизированным
напиткам, питьевой
воде с повышенным
содержанием
кислорода и иным
«фитнес»-напиткам



Одним из способов достижения прогнозных значений может выступить коллаборация с мобильными приложениями фитнес-центров, например, Адреналин.

Так, мы предлагаем:

1. Размещение QR-кодов на скачивание приложения на этикетках напитков;
2. Размещение баннерной рекламы напитков в приложении;
3. Использование продакт-плейсмент: потребление тренером напитков компании-поставщика при проведении онлайн-тренировок;
4. Нативная реклама: разработка Вкладки для отслеживания объемов потребляемой воды, используя для наглядности изображение напитков поставщика;
5. Поставка напитков для продажи в сети фитнес-центра.

Выгоды для участников взаимодействия

01

Потребители пьют
полезные напитки и
следят за своим здоровьем

02

Фитнес-центр получает
дополнительных
клиентов и повышает
свою узнаваемость

03

Поставщик – увеличивает
объем реализации и,
следовательно, – выручку

Выводы



предложен методический подход, позволяющий простым способом на основе статистических данных получить объективную оценку динамики рынка и выделения отраслей лидеров и аутсайдеров



выполнена прогностная оценка объемов производства на примере одного из рынков лидеров



обоснована необходимость формирования товарной стратегии предприятия-производителя на растущем рынке и предложен возможный вариант товарной стратегии, позволяющий занять новые ниши