SF EDUCATION
Образовательный и карьерный менторинг

ВВЕДЕНИЕ

Спикер: Андрей Якушин

СОДЕРЖАНИЕ

SF EDUCATION
Образовательный и карьерный менторинг

1. Зачем исследовать рынок?
2. Что представляет собой процесс исследования рынка?
3. Формирование и понимание технического задания для исследования рынка
4. Какая информация используется для анализа рынка?
5. Какие виды исследований проводятся для рынка?
6. Какие методы используются при анализ рынка?

ЗАЧЕМ ИССЛЕДОВАТЬ РЫНОК?

SF EDUCATION
Образовательный и карьерный менторинг

Задачи исследования рынка

- Описание *текущей ситуации* на рынке и определение *актуальных тенденций* развития
- Оценка *объема* и *темпов роста / падения* рынка, *прогноз развития* основных показателей рынка
- Описание *структуры* рынка
- Анализ *конкурентной среды* и *поставщиков*

ЗАЧЕМ ИССЛЕДОВАТЬ РЫНОК? (ПРОДОЛЖЕНИЕ)

SF EDUCATION
Образовательный и карьерный менторинг

Задачи исследования рынка

- Анализ *ценовой* и *ассортиментной политики*
- Выявление основных *каналов сбыта* и *продвижения*
- Выявление *свободных ниш* на рынке
- Формирование *дальнейших путей изучения* рынка с применением других методов

ЗАЧЕМ ИССЛЕДОВАТЬ РЫНОК? (ПРОДОЛЖЕНИЕ)

SF EDUCATION
Образовательный и карьерный менторинг

Преимущества исследования рынка

1. Экономия *времени* и *денег* – высокая скорость получения информации, небольшая стоимость исследования

2. Привлечение *инвесторов* – доказательство потенциала бизнес-идеи

3. Идентификация необходимости *стратегических изменений*

ЗАЧЕМ ИССЛЕДОВАТЬ РЫНОК? (ПРОДОЛЖЕНИЕ)

SF EDUCATION
Образовательный и карьерный менторинг

Преимущества исследования рынка

4. Адаптация *маркетинговой стратегии*

5. Наличие *нескольких источников информации* – рассмотрение исследуемого объекта с разных сторон

6. Возможность изучения *узкоспециализированных отраслей*

ЧТО ПРЕДСТАВЛЯЕТ СОБОЙ ПРОЦЕСС ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА?

SF EDUCATION
Образовательный и карьерный менторинг

Шаг 1. Определить цель исследования

1. Для чего исследовать рынок?
2. Что необходимо получить в итоге?

Шаг 2. Исследовать рынок

1. Изучить динамику рынка и тренды

Шаг 3. Изучить целевую аудиторию

1. Определить ключевые характеристики ЦА
2. Провести интервью с представителями ЦА

ЧТО ПРЕДСТАВЛЯЕТ СОБОЙ ПРОЦЕСС ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА? (ПРОДОЛЖЕНИЕ)

SF EDUCATION
Образовательный и карьерный менторинг

Шаг 4. Изучить конкурентов

1. Выбрать не более 10 компаний-конкурентов
2. Определить силы и слабости конкурентов
3. Провести сравнение с конкурентами

Прямые конкуренты *– компании, которые продают похожий продукт похожей ЦА.*

Косвенные конкуренты *– компании, которые предоставляют похожей целевой аудитории другой продукт, но стремятся удовлетворить ту же потребность.*

Конкуренты-заменители *– компании из совсем другой категории, которые могут удовлетворить похожий запрос ЦА*

ЧТО ПРЕДСТАВЛЯЕТ СОБОЙ ПРОЦЕСС ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА? (ПРОДОЛЖЕНИЕ)

SF EDUCATION
Образовательный и карьерный менторинг

Шаг 5. Проанализировать данные: визуализация в Miro, матрица SWOT

ФОРМИРОВАНИЕ И ПОНИМАНИЕ ТЕХНИЧЕСКОГО ЗАДАНИЯ ДЛЯ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА

SF EDUCATION
Образовательный и карьерный менторинг

Разделы

1. Целевая аудитория
2. Метод исследования
3. Сроки исследования
4. Потенциальные СМИ для размещения
5. Цель исследования
6. Актуальность исследования
7. Результат исследования

ФОРМИРОВАНИЕ И ПОНИМАНИЕ ТЕХНИЧЕСКОГО ЗАДАНИЯ ДЛЯ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА (ПРОД.)

SF EDUCATION
Образовательный и карьерный менторинг

ЦА: молодые люди 18-35 лет, эксперты в сферах развития креативных индустрий

Метод исследования: опросы в сети Интернет

Сроки исследования: 28 мая – 10 июня 2022 г.

Потенциальные СМИ для размещения: ФедералПресс, Rb.ru, VC.ru, HH.ru, Работа.ру. superjob.ru, cnews.ru и пр. Можно привлечь для информационной коллаборации: Общероссийская общественная организация малого и среднего предпринимательства ОПОРА РОССИИ и Федеральная служба по интеллектуальной собственности (РОСПАТЕНТ).

Цель исследования: Определить, какие из сфер креативных и творческих индустрий сегодня готовы заместить иностранный продукт на российском рынке, какие из них наиболее подготовлены, перспективны для импортозамещения, в каких сферах возможно импортозамещение «быстрого реагирования» и какой срок, минимальный и при этом комфортный, на это нужен.

ФОРМИРОВАНИЕ И ПОНИМАНИЕ ТЕХНИЧЕСКОГО ЗАДАНИЯ ДЛЯ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА (ПРОД.)

SF EDUCATION
Образовательный и карьерный менторинг

Актуальность исследования: Большой объем санкций и уход с российского рынка крупных зарубежных игроков распахнули окно возможностей для отечественных производителей и творцов самых разных направлений. Тема импортозамещения, которая набирала обороты в течение нескольких лет, сегодня возглавляет повестку. И если какие-то отрасли требуют времени, сил и серьезных капиталовложений для того, чтобы встать на новые рельсы (например, самолетостроение, машиностроение, отрасли тяжелой промышленности, производство строительных материалов), то есть сферы, которые уже сегодня готовы заработать на полную мощь, заполнив ниши, освободившиеся после ухода зарубежных конкурентов.

Киноиндустрия, шоу-бизнес, архитектура и дизайн, мода и ивент, IT и цифра – пока мы по привычке ориентировались на запад в этих сферах, в России выросла целая плеяда молодых специалистов высокого профессионального и креативного уровня. Сейчас наступает их время. Стоит учитывать и богатую школу, которая во многих сферах создает крепкую и надежную опору и позволяет говорить о самобытности, самостоятельности и состоятельности российских индустрий.

ФОРМИРОВАНИЕ И ПОНИМАНИЕ ТЕХНИЧЕСКОГО ЗАДАНИЯ ДЛЯ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА (ПРОД.)

SF EDUCATION
Образовательный и карьерный менторинг

Результатом исследования станет **рейтинг перспективных сфер креативных и творческих индустрий для замещения**, на основе которого могут быть:

1) сформулированы задачи и определены точки приложения усилий для более эффективного развития сфер импортозамещения;

2) разработана маршрутная карта интеграции молодых профессионалов в процесс развития и продвижения сфер в интересах общества.

КАКАЯ ИНФОРМАЦИЯ ИСПОЛЬЗУЕТСЯ ДЛЯ АНАЛИЗА РЫНКА?

SF EDUCATION
Образовательный и карьерный менторинг

При использовании источников информации важно

- Быть уверенным в их *достоверности*, *актуальности* и *надежности*
- Внимательно относиться к описанию *методологии* сбора и систематизации данных
- *Проверять* их при помощи других исследований или источников данных

КАКАЯ ИНФОРМАЦИЯ ИСПОЛЬЗУЕТСЯ ДЛЯ АНАЛИЗА РЫНКА? (ПРОДОЛЖЕНИЕ)

SF EDUCATION
Образовательный и карьерный менторинг

Источники данных

- Данные *государственной статистики* (Росстат и региональные органы статистики)
- Данные *таможенной базы* (ТН ВЭД России)
- Данные *торговых* и *промышленных ассоциаций*, *палат*, отраслевых *союзов*, *общественных организаций*

КАКАЯ ИНФОРМАЦИЯ ИСПОЛЬЗУЕТСЯ ДЛЯ АНАЛИЗА РЫНКА? (ПРОДОЛЖЕНИЕ)

SF EDUCATION
Образовательный и карьерный менторинг

Источники данных

- Издания *университетов* и *некоммерческих исследовательских организаций*
- Федеральные, местные *законы* или подзаконные акты
- Отчеты *государственных служб* и органов *власти* (программы развития, инвестиционные паспорта, пояснительные записки и т.д.)

КАКАЯ ИНФОРМАЦИЯ ИСПОЛЬЗУЕТСЯ ДЛЯ АНАЛИЗА РЫНКА? (ПРОДОЛЖЕНИЕ)

SF EDUCATION
Образовательный и карьерный менторинг

Источники данных

- Отчеты *исследовательских* и *информационных агентств*
- Публикации отраслевых и бизнес *СМИ*
- *Сайты* конкурентов, партнеров, основных игроков рынка
- *Социальные сети*, форумы, блоги
- *Внутренняя документация* компании

КАКИЕ ВИДЫ ИССЛЕДОВАНИЙ ПРОВОДЯТСЯ ДЛЯ РЫНКА?

SF EDUCATION
Образовательный и карьерный менторинг

1. **Кабинетные исследования** – изучаются и анализируются *вторичные источники* информации (аналитические отчеты, официальная статистика, публикации и т.д.)

2. **Полевые исследования** – собирается *первичная информация* для целей конкретного проекта:

    1) Качественные
    2) Количественные
    3) Комбинированные

КАКИЕ ВИДЫ ИССЛЕДОВАНИЙ ПРОВОДЯТСЯ ДЛЯ РЫНКА? (ПРОДОЛЖЕНИЕ)

SF EDUCATION
Образовательный и карьерный менторинг

Качественные исследования

Вопросы: «Как?», «Зачем?», «Почему?»

Преимущество: глубокое понимание поведения, предпочтений, взглядов небольшой группы лиц из числа целевой аудитории

КАКИЕ ВИДЫ ИССЛЕДОВАНИЙ ПРОВОДЯТСЯ ДЛЯ РЫНКА? (ПРОДОЛЖЕНИЕ)

SF EDUCATION
Образовательный и карьерный менторинг

Количественные исследования

Вопросы: «Кто?», «Сколько?»

Преимущество: достоверность и объективность полученных данных, возможность обработки полученной информации статистическими методами

КАКИЕ ВИДЫ ИССЛЕДОВАНИЙ ПРОВОДЯТСЯ ДЛЯ РЫНКА? (ПРОДОЛЖЕНИЕ)

SF EDUCATION
Образовательный и карьерный менторинг

Комбинированные исследования

Преимущество: наиболее полная и четкая картина для принятия решений

КАКИЕ МЕТОДЫ ИСПОЛЬЗУЮТСЯ ПРИ АНАЛИЗЕ РЫНКА?

SF EDUCATION
Образовательный и карьерный менторинг

Методы качественных исследований

1. **Фокус-группа:** интервью в форме дискуссии по заранее разработанному сценарию с небольшой группой людей схожих между собой по определенным характеристикам

2. **Глубинное интервью:** неструктурированное интервью в форме личной беседы интервьюера с респондентом

3. **Нейромаркетинг:** комплекс методов, направленных на изучение неосознанных реакций человека на маркетинговые стимулы при помощи специального оборудования

КАКИЕ МЕТОДЫ ИСПОЛЬЗУЮТСЯ ПРИ АНАЛИЗЕ РЫНКА? (ПРОДОЛЖЕНИЕ)

SF EDUCATION
Образовательный и карьерный менторинг

Методы количественных исследований

1. **Онлайн-опросы:** анкеты в электронном виде для самостоятельного заполнения с компьютера, планшета или мобильного телефона.
2. **Личные опросы:** опросы, в которых интервьюер опрашивает респондента в течение 5-40 минут на улице / в месте совершения покупки.
3. **Телефонные опросы (CATI)**

КАКИЕ МЕТОДЫ ИСПОЛЬЗУЮТСЯ ПРИ АНАЛИЗЕ РЫНКА? (ПРОДОЛЖЕНИЕ)

SF EDUCATION
Образовательный и карьерный менторинг

Методы комбинированных исследований

1. **Холл-тесты:** тестирование отдельных характеристик товара, продукта, услуги при непосредственном контакте респондента с тестируемым образцом
2. **Хоум-тесты:** сбор информации о продукте путем его тестирования группой потребителей в домашних условиях.
3. **Тайный покупатель:** метод маркетинговых исследований для оценки качества работы персонала компании или ее конкурентов

Контакты

Сайт:

sf.education

По всем вопросам:

info@sflearning.org

https://t.me/sf_education

https://vk.com/sfeducation

sf_education

https://www.facebook.com/sfeducationru

https://seekingalpha.com/author/societe-financiers

https://www.youtube.com/c/SFEducationnew