

Структура развёрнутого отчёта по маркетинговому исследованию

- 1. Цель исследования**
- 2. Продуктовая область исследования**
- 3. Территориальная область исследования**
- 4. Характеристика рынка продукта**
 - 4.1.** Объем и динамика рынка продукта
 - 4.2.** Ведущие производители и принадлежащие им рыночные доли
 - 4.3.** Мощности производства, уровень загрузки мощностей
 - 4.4.** Динамика цен
 - 4.5.** Потенциал рынка в среднесрочной перспективе
- 5. Характеристика потребления продукта**
 - 5.1.** Динамика и объем потребления продукции
 - 5.2.** Структура потребления продукта
- 6. Анализ продаж и потребительских предпочтений**
 - 6.1.** Аудит оптовых и розничных цен
 - 6.2.** Структура продаж
 - 6.3.** Анализ новинок
 - 6.4.** Оценка критериев выбора продукции потребителями
- 7. Анализ факторов, влияющих на развитие рынка**
- 8. Прогноз средне- и долгосрочного развития рынка**