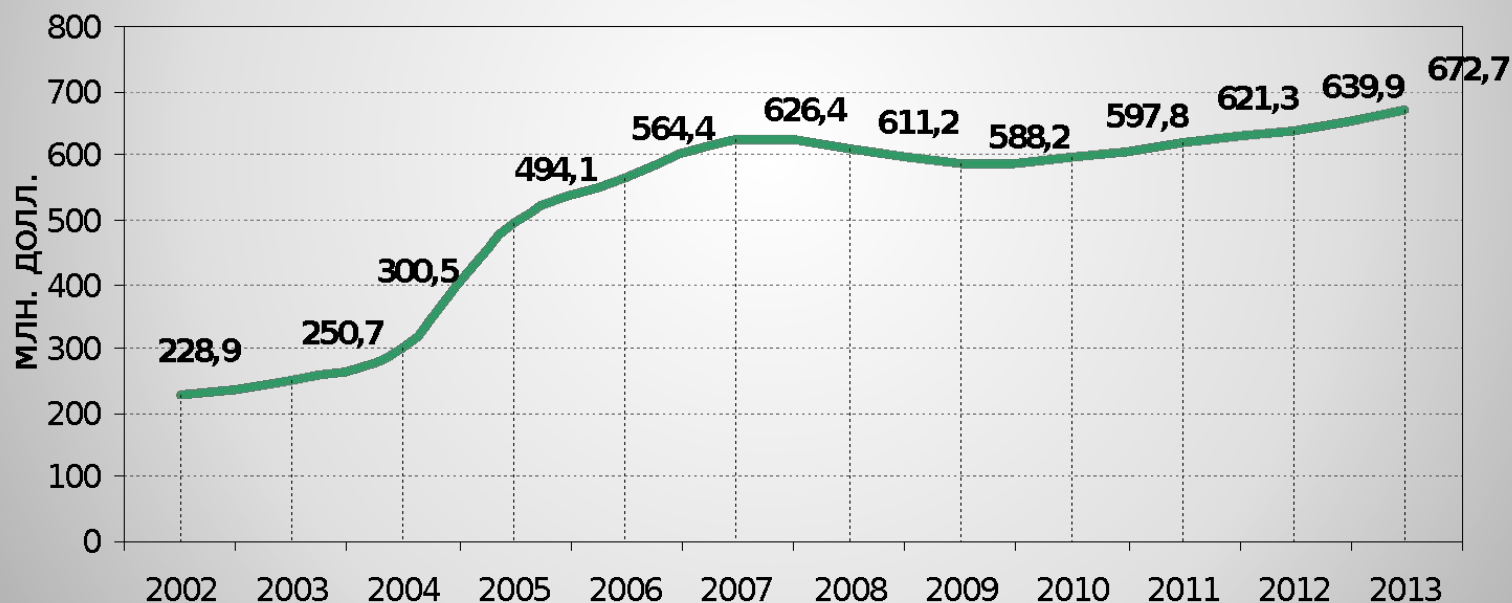


Методика проведения международных маркетинговых исследований на примере компании «Coca-Cola»

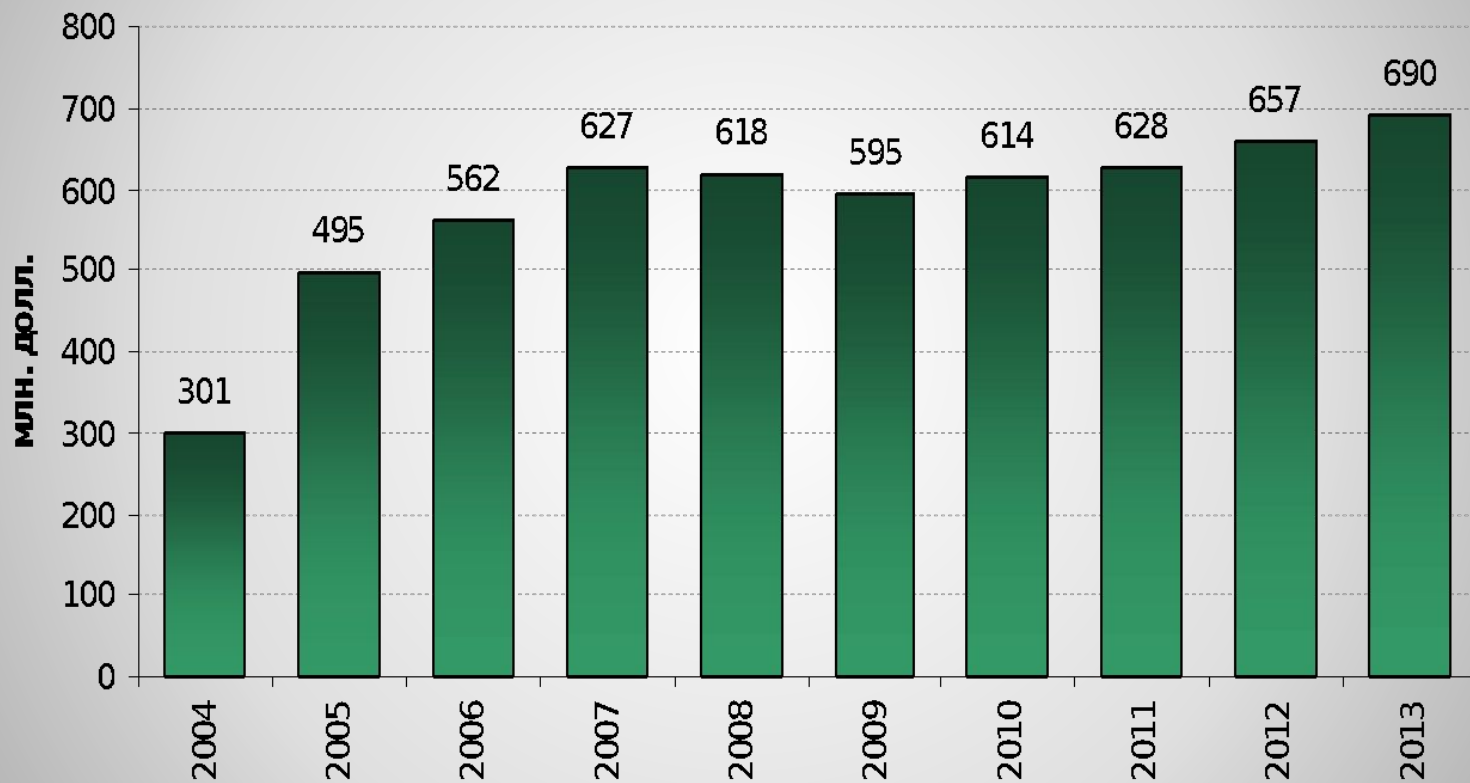


Анализ современного состояния и тенденций развития рынка безалкогольных напитков в РФ

С 2002 года производство безалкогольных напитков увеличилось в 2 раза.



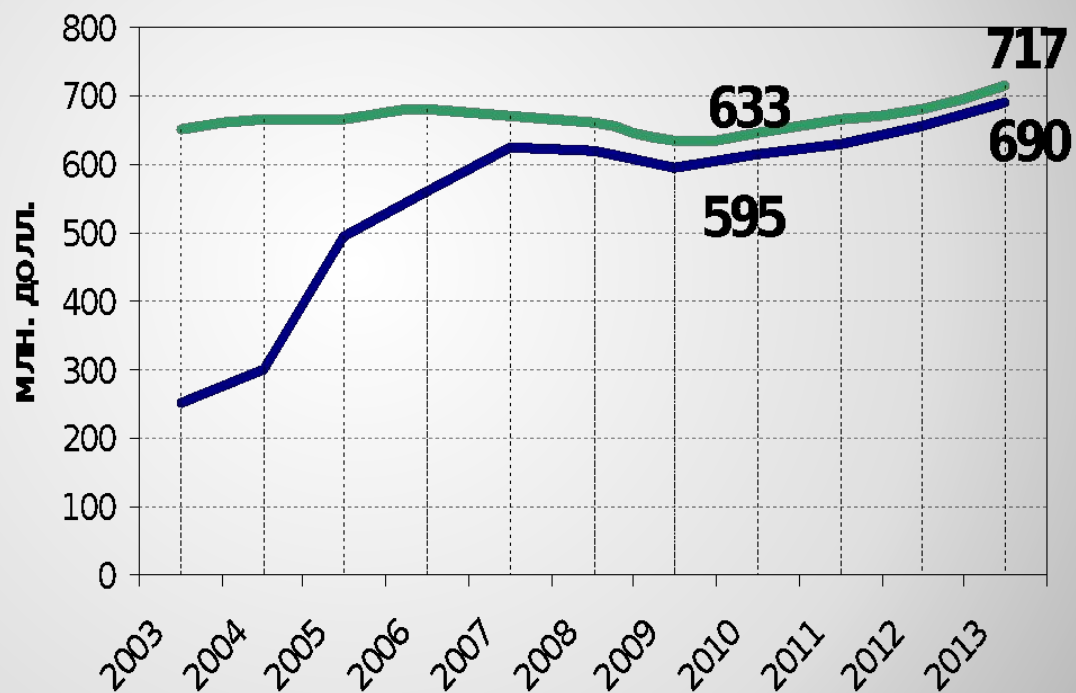
Динамика объема рынка 2009-2013 в млн. долл.



Соотношение объема и емкости рынка безалкогольных напитков

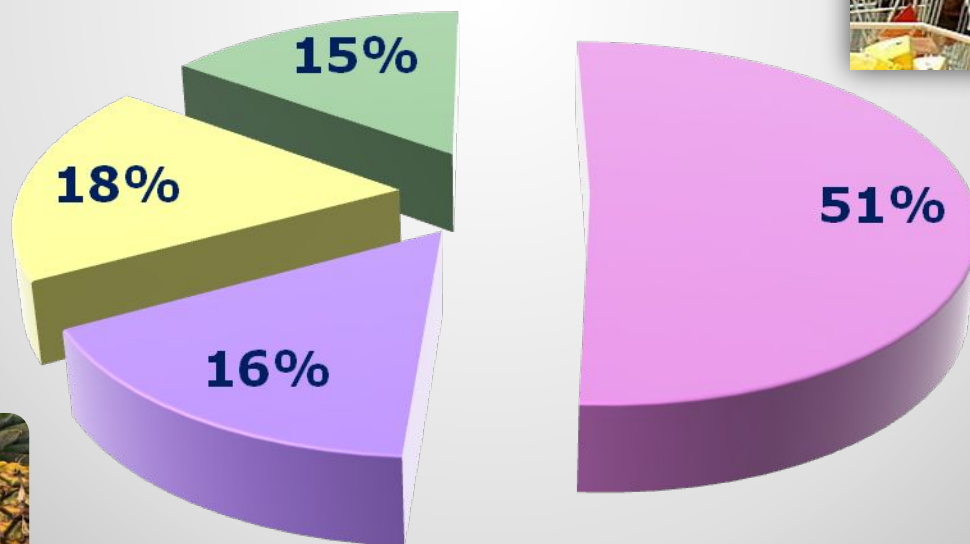


— Емкость рынка
— Объем рынка



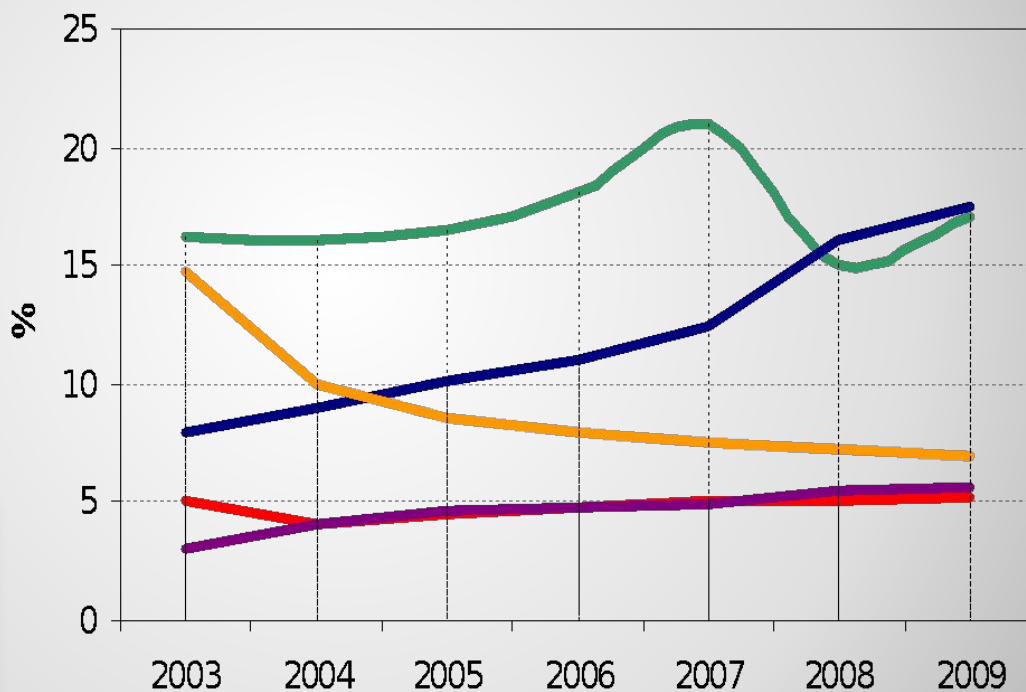
Структура рынка безалкогольных НАПИТКОВ

- Безалкогольные напитки, без учета газированных
- Бутилированная вода
- Газированные напитки
- Соки



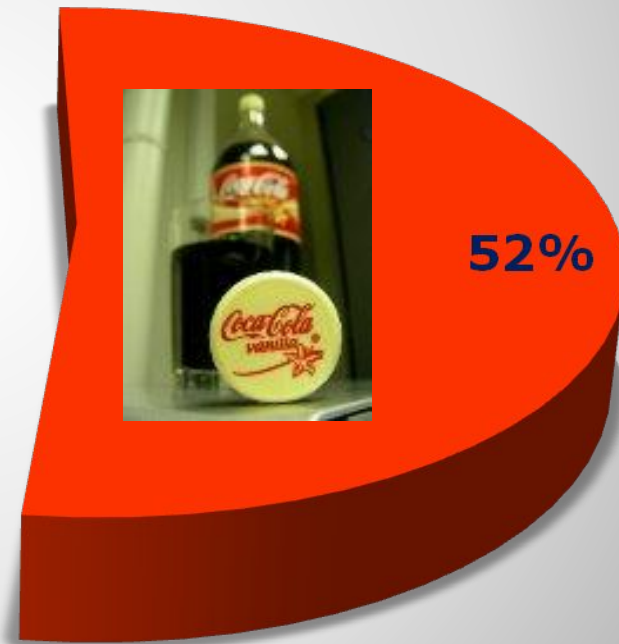
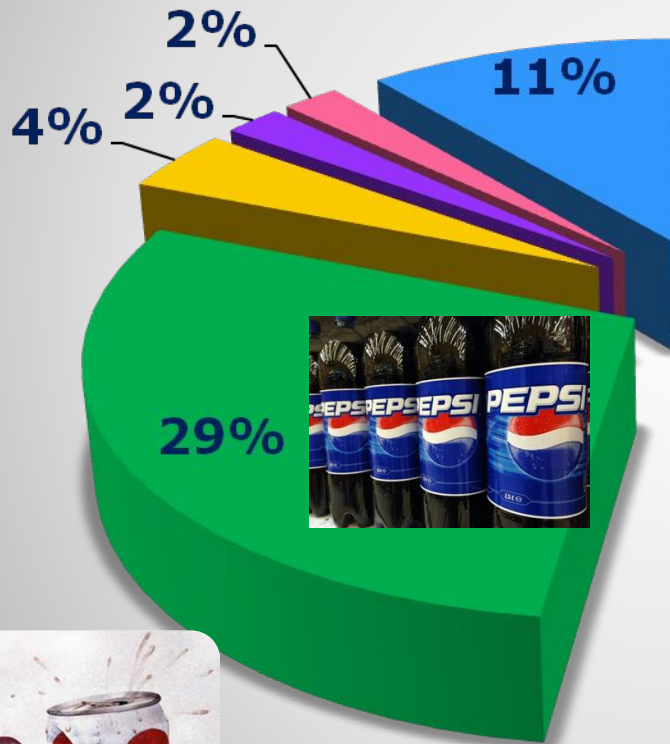
Динамика долей рынка ведущих производителей безалкогольных напитков, в %

- PepsiCo
- Coca-Cola
- Nestle
- "Кавминводы"
- "Висма"

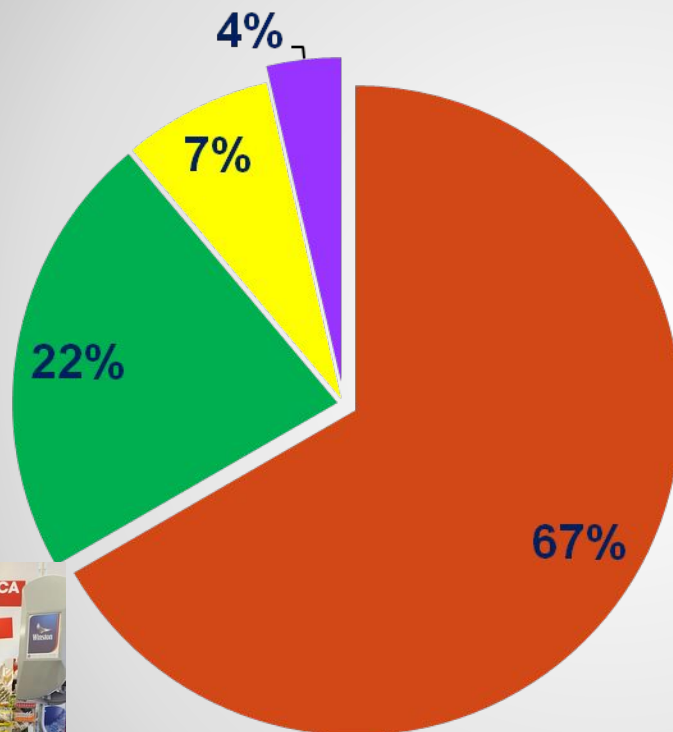


Конкурентная среда

■ Соса-Кола ■ PepsiCo ■ ОСТ-Аква ■ Очаково ■ Лолингга ■ Прочие



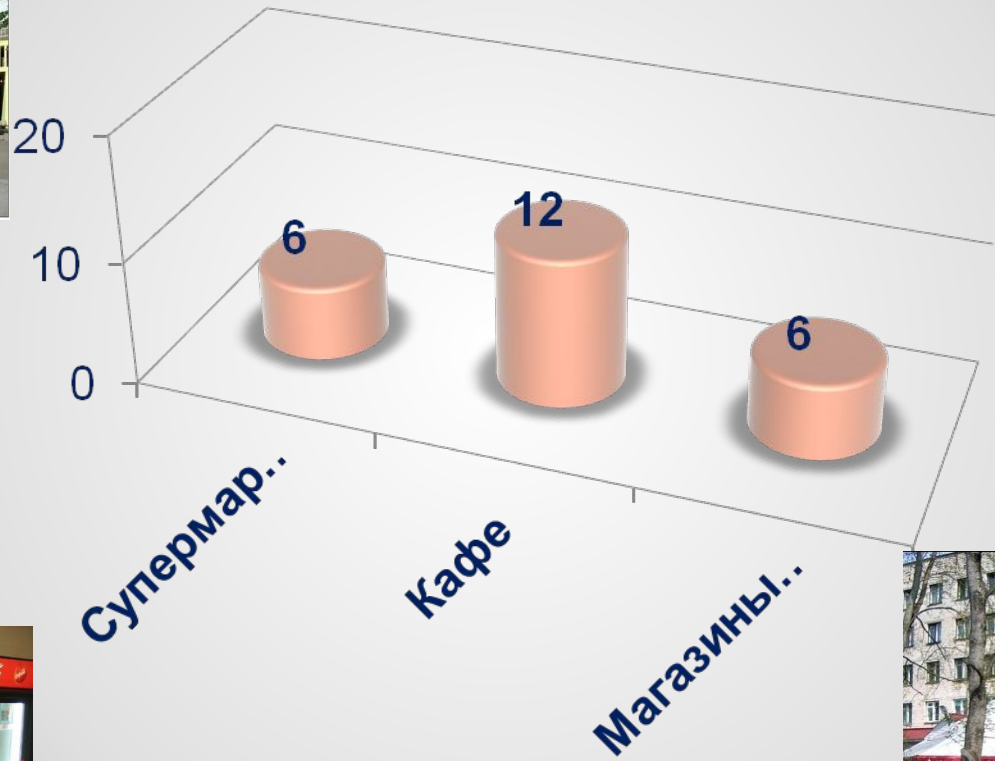
Частота покупки продукции компании



- Редко
- Время от времени
- Часто
- Постоянно



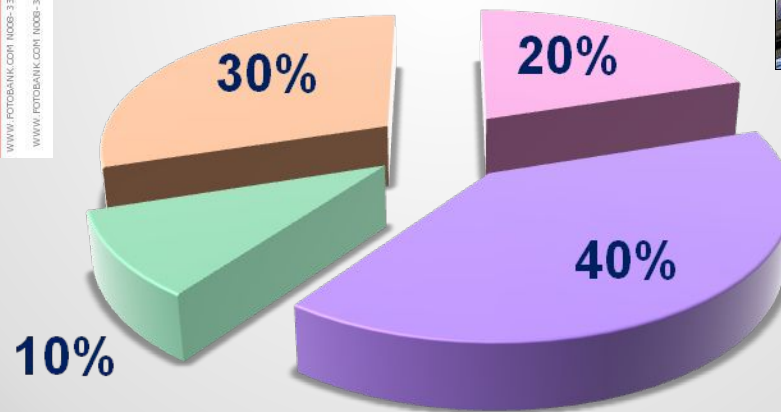
Точки продаж продукции



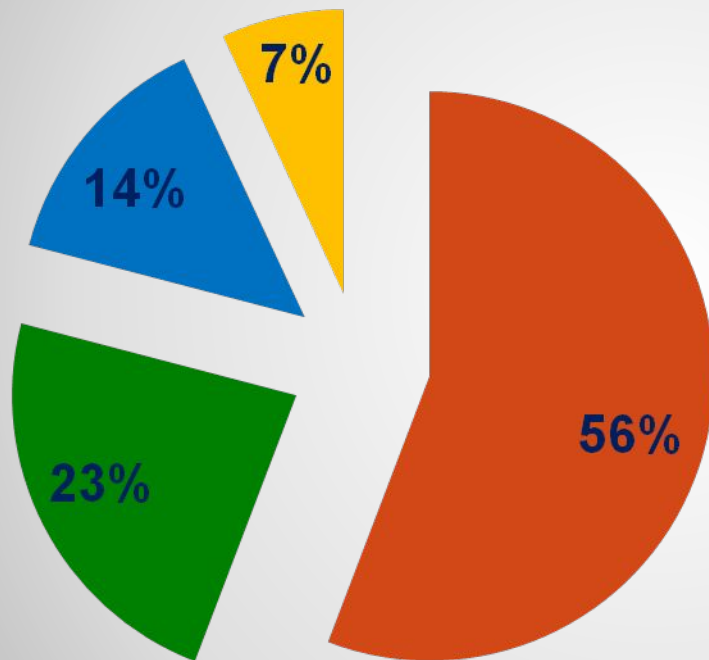
Источники информации о новой продукции



- Реклама в газетах, журналах
- Реклама по ТВ, радио
- От друзей, знакомых
- Магазины



Оценка факторов, влияющих на выбор напитка



- Вкусовые качества
- Полезность
- Цена
- Бренд



Оценка продукции компании Coca-Cola



Рекламные кампании



Цена

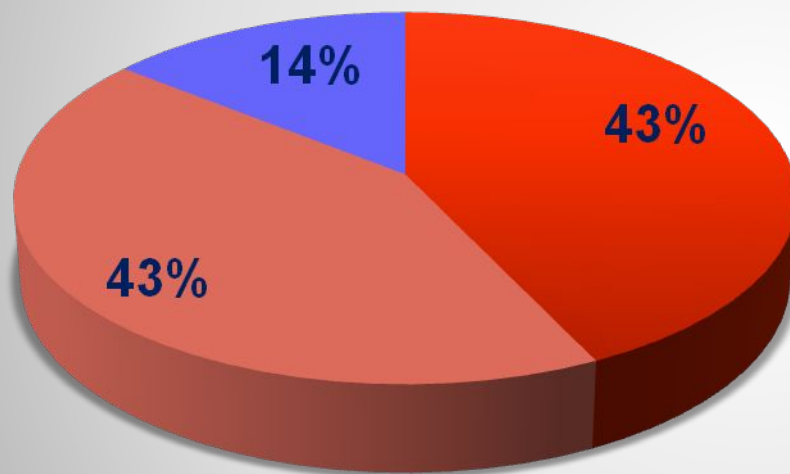


Упаковка

Вкус



Предпочтения потребителей по видам продукции

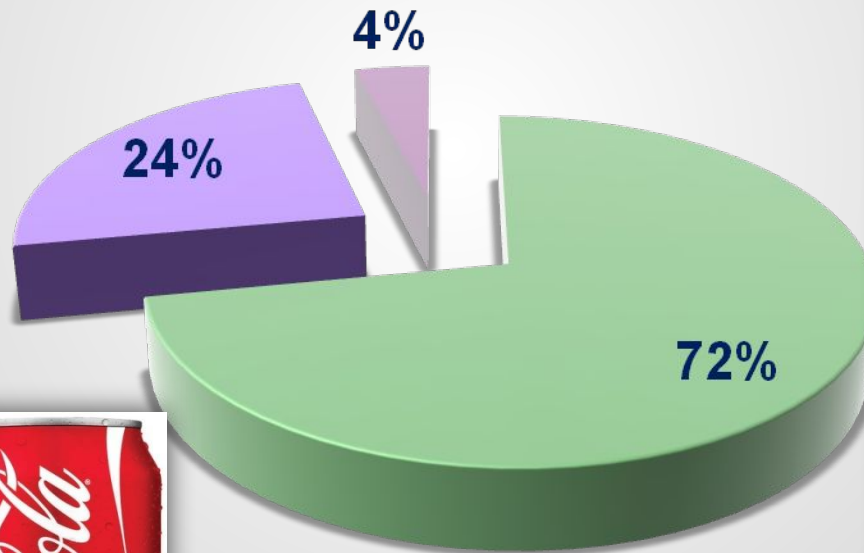


- Coca-Cola Light
- Coca-Cola Vanilla
- Coca-Cola Cherry



Предпочтения потребителей по виду упаковки

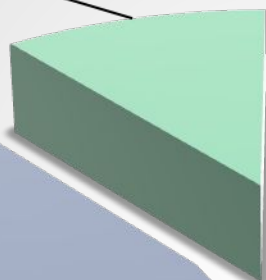
- Пластиковая бутылка
- Стеклянная бутылка
- Алюминиевая тара



Вкусовые предпочтения покупателей



Мята
11%



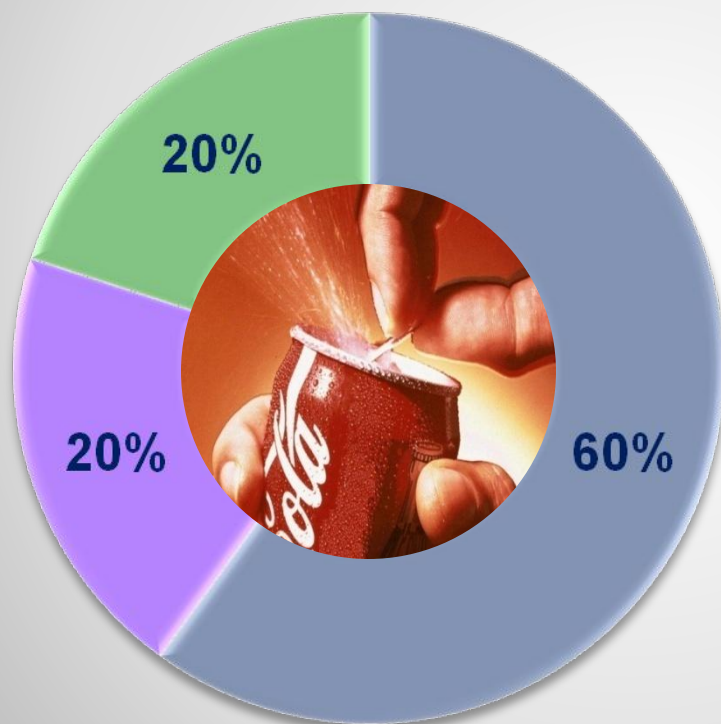
Корица
43%



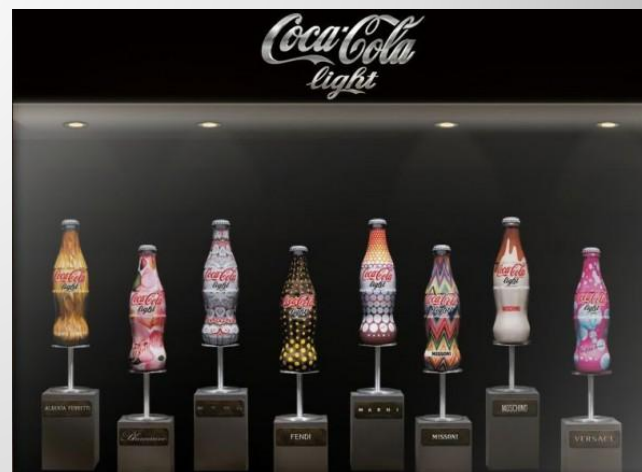
Шоколад
46%



Пожелания потребителей по улучшению продукции



- Содержание вредных веществ
- Ассортимент вкусов
- Ничего



Заключение

Потребитель готов приобретать новую продукцию компании «Coca-Cola», тем самым предоставляя возможности для расширения деятельности компании на территории РФ.

