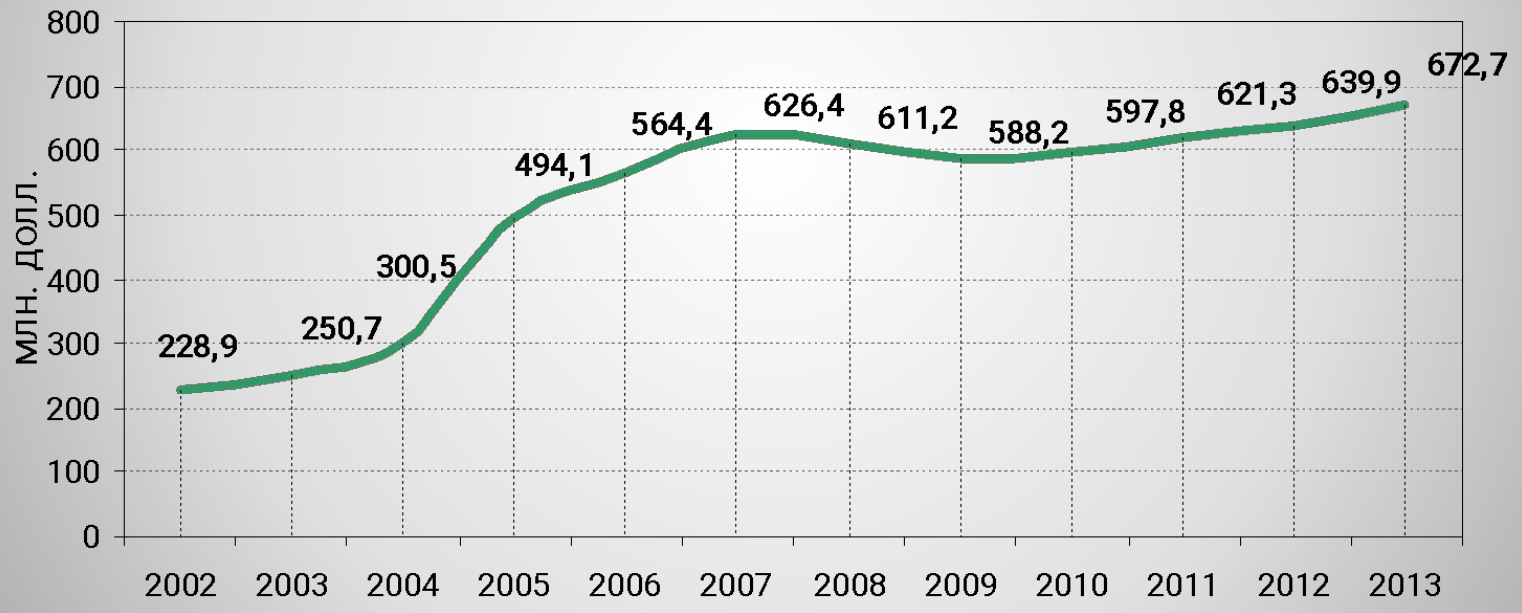
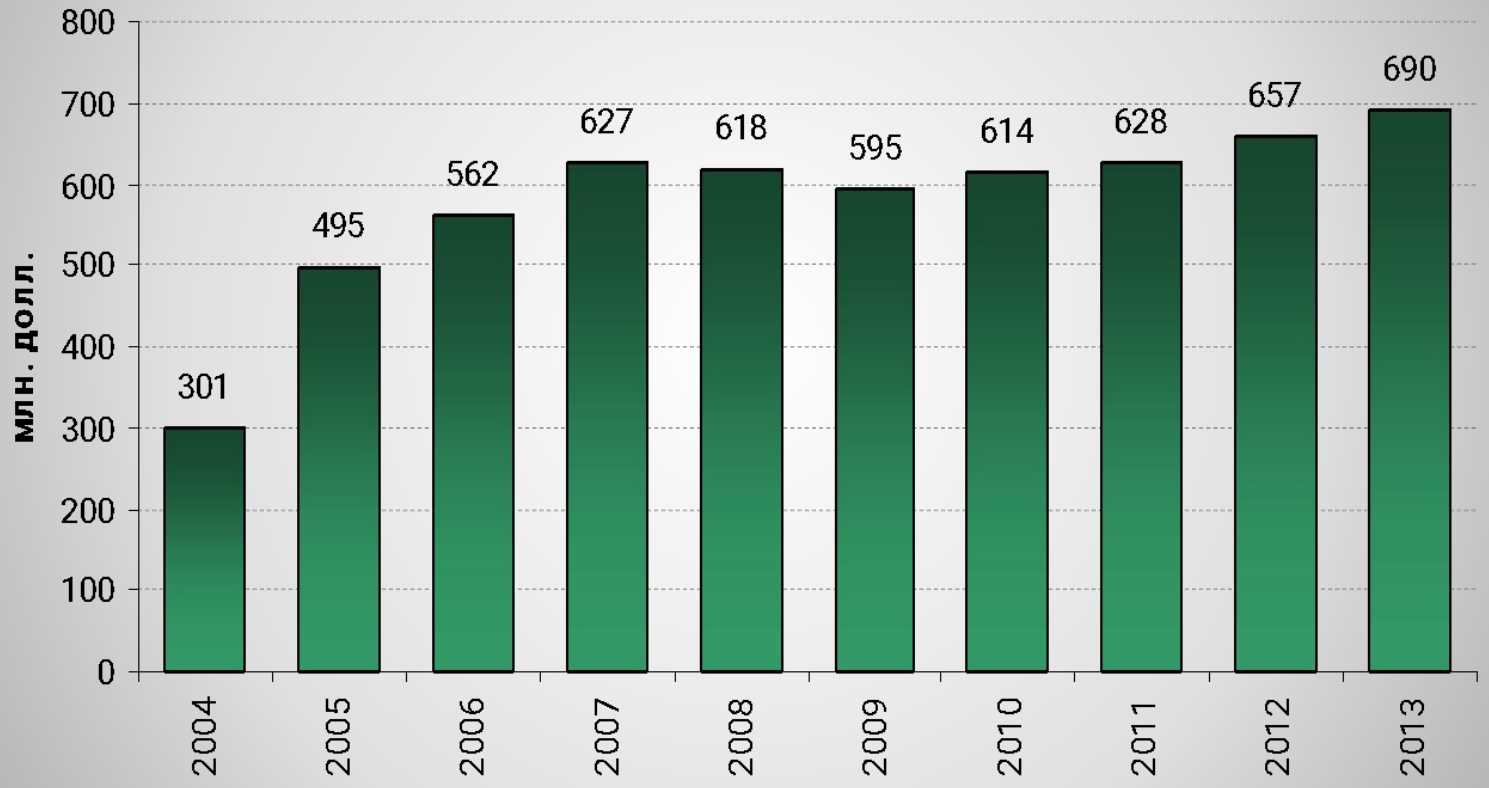
Методика проведения международных маркетинговых исследований на примере компании «Coca-Cola»

Анализ современного состояния и тенденций развития рынка безалкогольных напитков в РФ

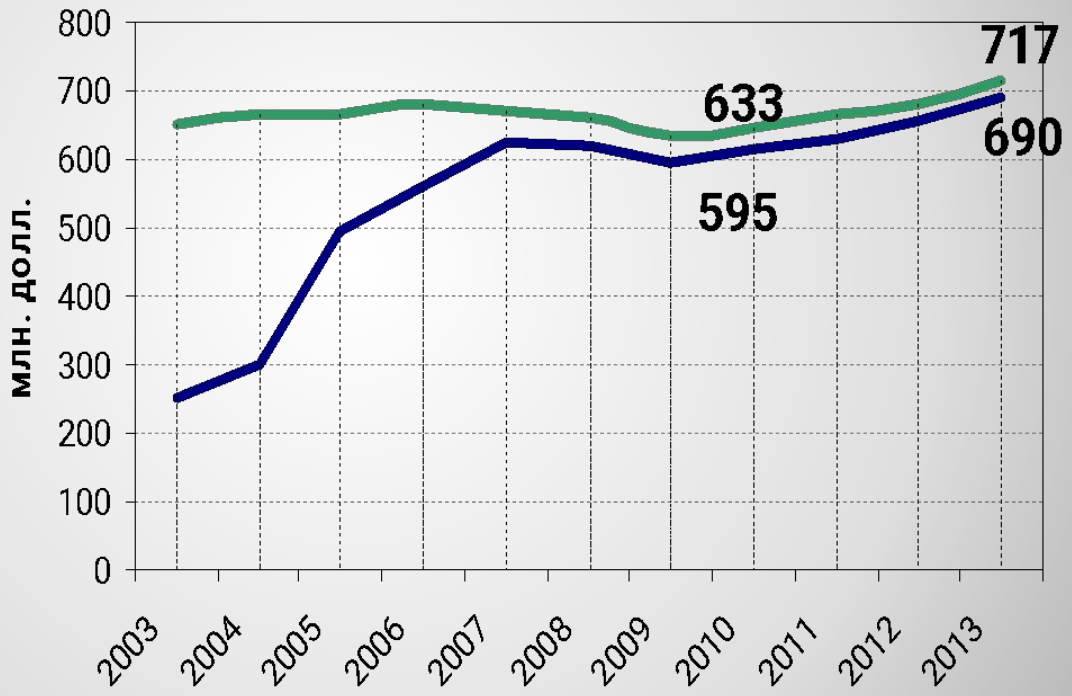
С 2002 года производство безалкогольных напитков увеличилось в 2 раза.



Динамика объема рынка 2009-2013 в млн. долл.

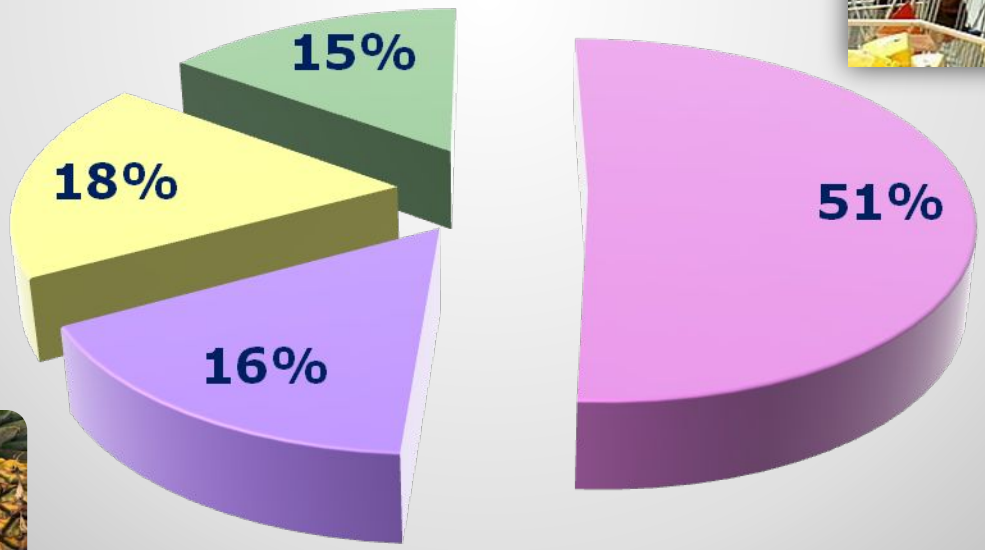


Соотношение объема и емкости рынка безалкогольных напитков

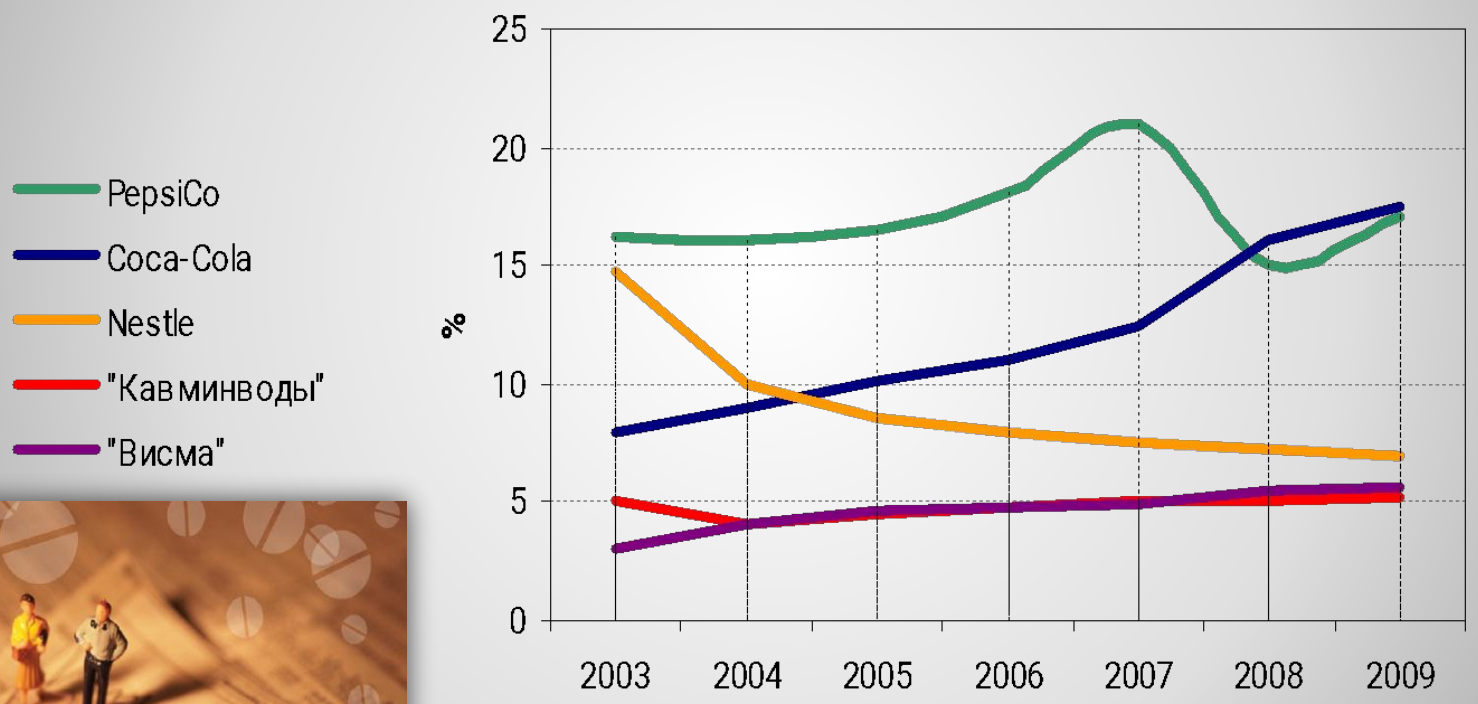


Структура рынка безалкогольных напитков

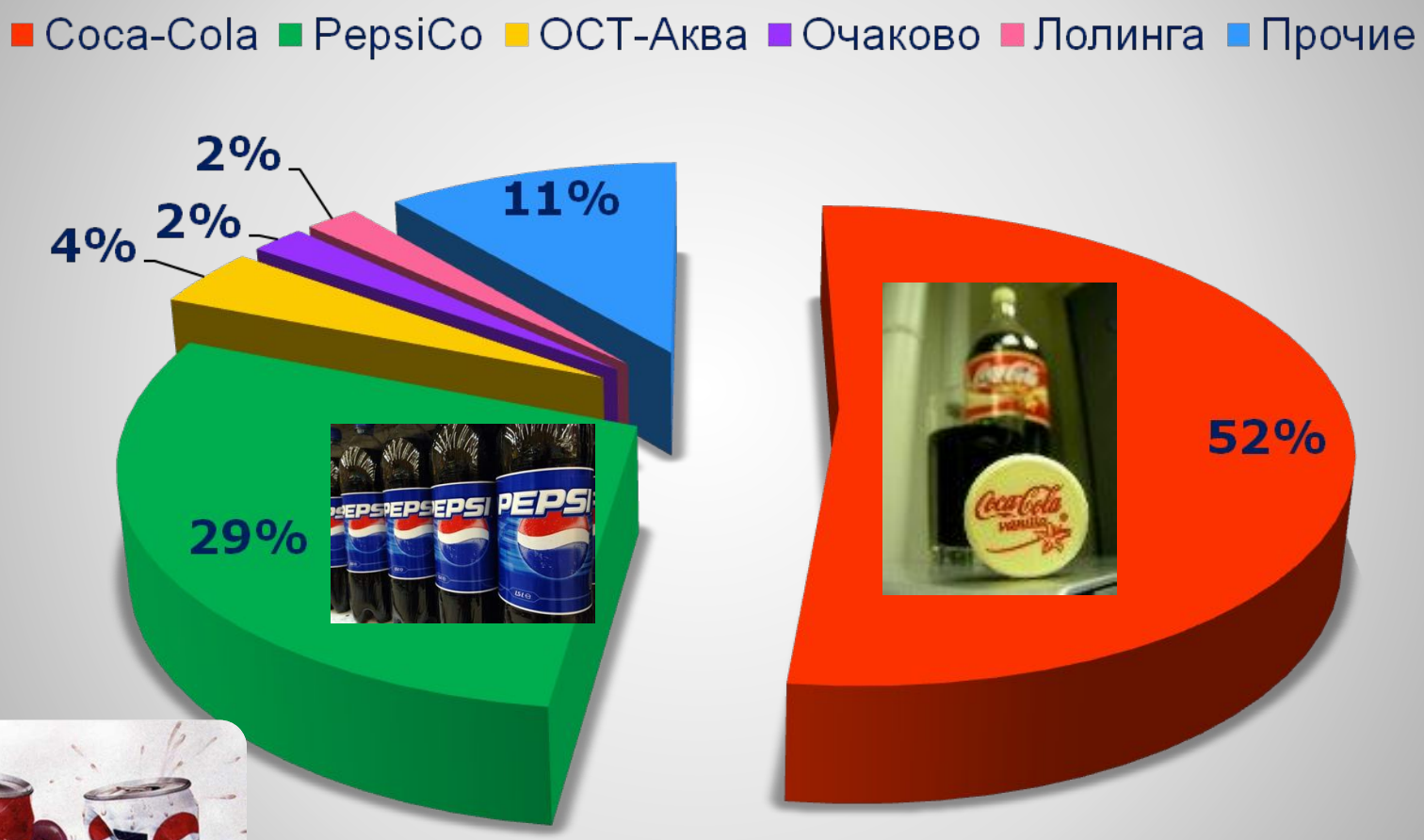
- Безалкогольные напитки, без учета газированных
- Бутилированная вода
- Газированные напитки
- Соки



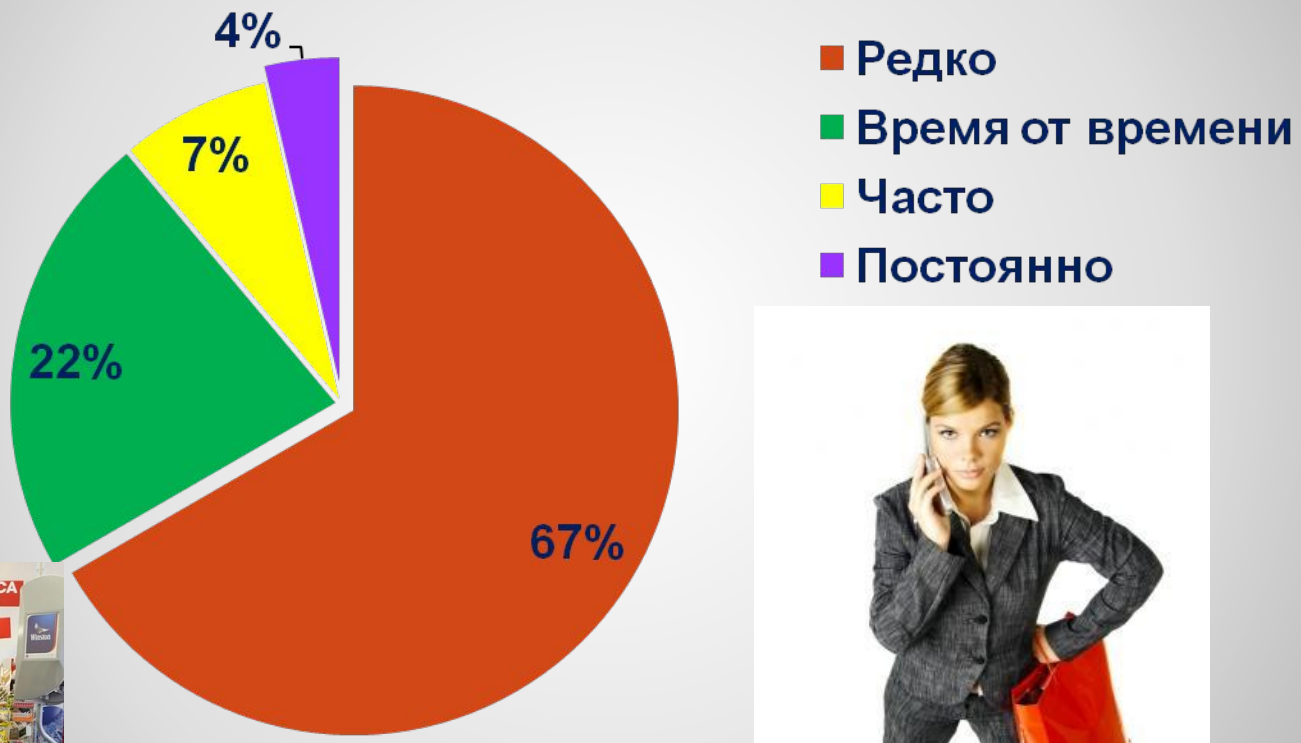
Динамика долей рынка ведущих производителей безалкогольных напитков, в %



Конкурентная среда



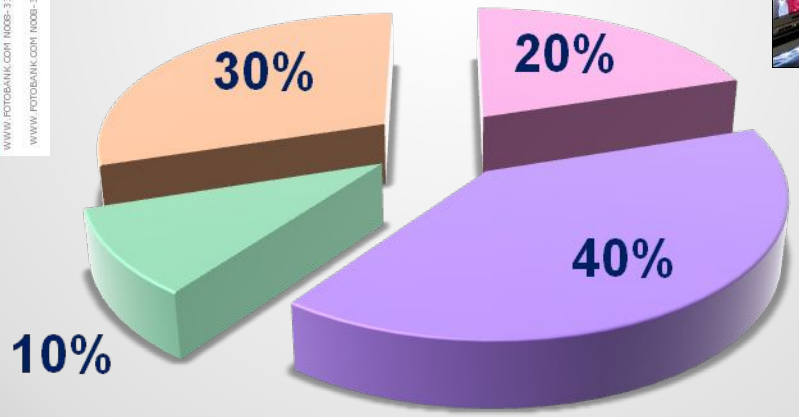
Частота покупки продукции компании



Точки продаж продукции

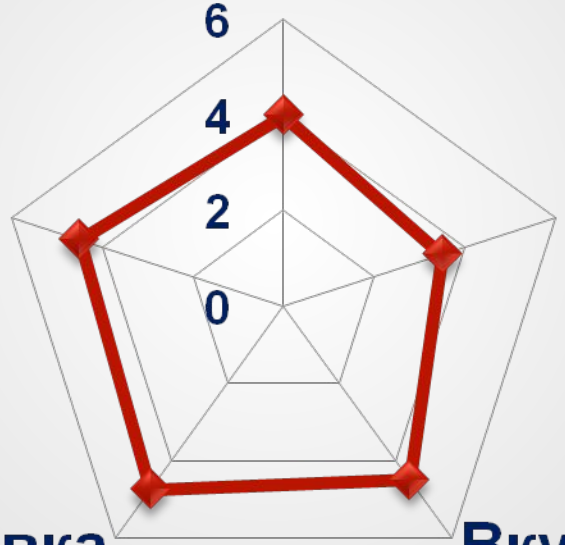
Источники информации о новой продукции

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

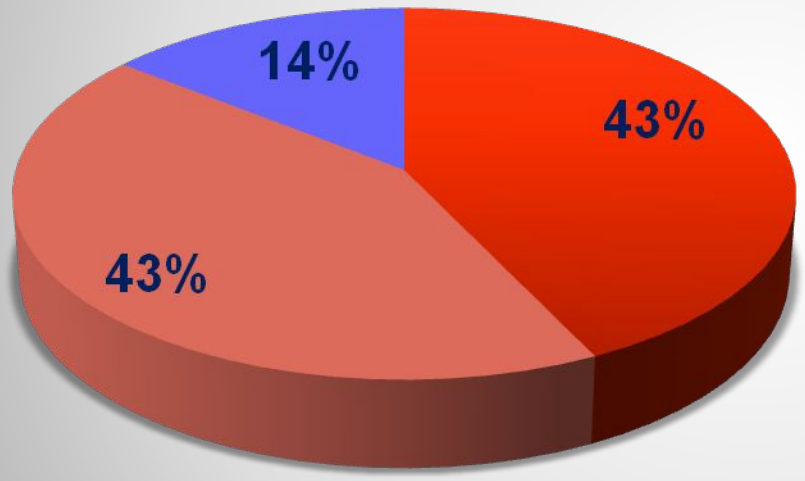


Оценка факторов, влияющих на выбор напитка

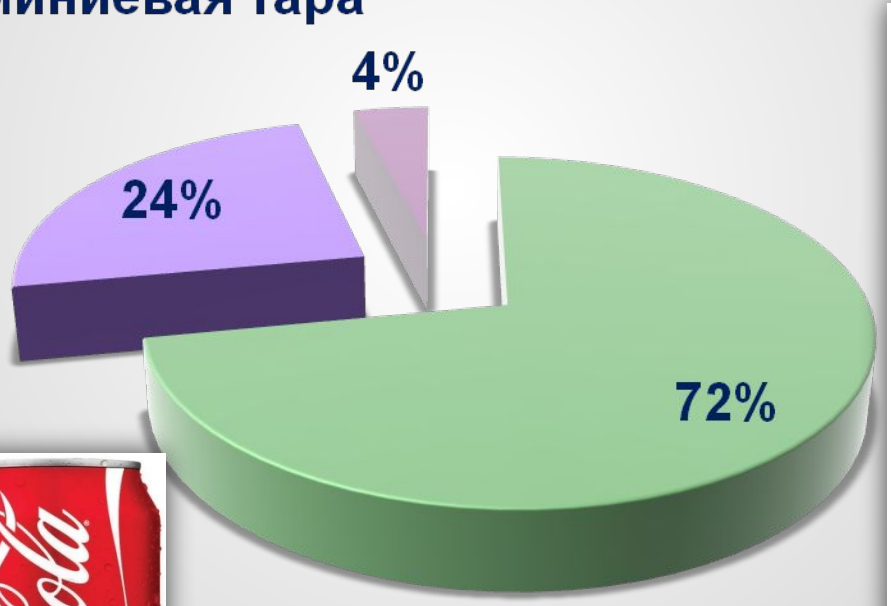
Оценка продукции компании Coca-Cola



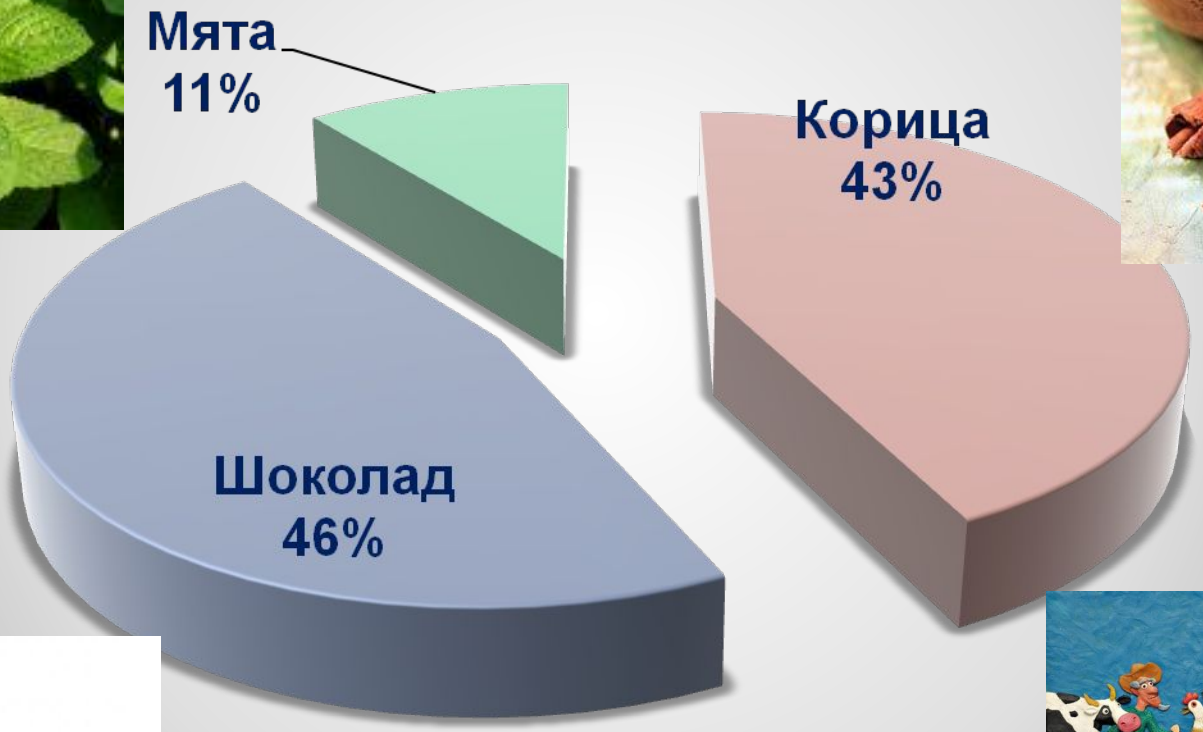
Предпочтения потребителей по видам продукции



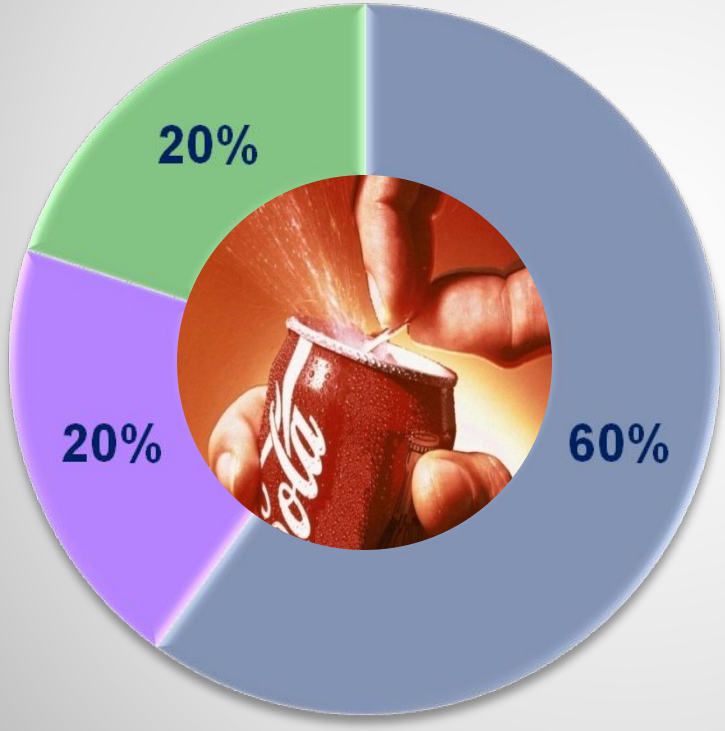
Предпочтения потребителей по виду упаковки



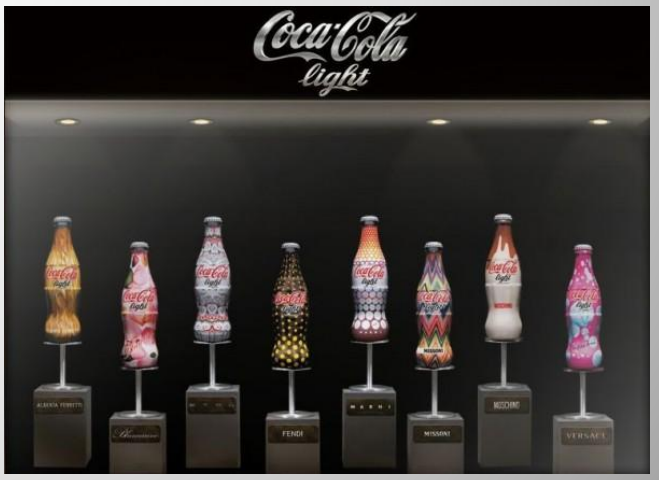
Вкусовые предпочтения покупателей



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.