**ТРЕБОВАНИЯ**

**к содержанию маркетингового отчета**

1. Все маркетинговые данные должны приводиться в динамике: как эти параметры изменялись в течение нескольких лет до написания ТЭО и (желательно!) прогноз об изменении параметров в будущем.

2. Все маркетинговые данные должны даваться в разрезе: ситуация в России и ситуация за рубежом.

3. Если по какому-либо подпункту маркетинговой части отсутствует информация, следует указать это, особо подчеркнув в случае, если данная информация может иметь существенное значение для инвестиционного проекта.

4. На Этапе 1 информация для данного раздела может быть получена из открытых источников (статьи, книги, интернет и т.п.).

На Этапах 2 и 3 информация для данного раздела должна быть получена из официально полученных обзоров маркетинговых исследований

5. Содержание раздела:

5.1. Анализ рынка продукта

5.1.1. Данные о рынке продукта/аналогов продукта:

- мощности и фактические объемы производства в последние 3 года и прогноз на 3-5 лет (в натуральном и денежном выражении)

- крупнейшие производители (желательно охватить как минимум 50% рынка)

- основные инвестиционные проекты в России и в мире, направленные на выпуск продукта/аналогов продукции

5.1.2. Цены на продукт/аналоги и динамика цен за последние 10 лет и прогноз изменения цен на период до 5 лет.

5.1.3. Если производство является материалоемким, то указываются:

- основные месторождения сырья в РФ и за рубежом

- цены и динамика цен на сырье

- собственники месторождений

- информация об этапах передела сырья

5.2. Анализ клиентской среды

Данные о рынке покупателей продукции:

- основные отрасли и предприятия-потребители

- емкость исследуемого рынка: текущая и прогноз на 3-5 лет

- факторы, влияющие на спрос

- требования покупателей/клиентских сегментов к продукту

- желательно: ценовые ожидания потребителей

- желательно: объемы закупок основных потребителей в разрезе производителей (в натуральном и денежном выражении)

5.3. Анализ конкурентоспособности

5.3.1. Данные об основных производителях продукта/аналогов продукта:

- мощности, объемы производства и/или продаж основных производителей в последние 3 года и прогноз на 3-5 лет (в натуральном и денежном выражении).

- существующие барьеры входа на рынок

- объемы продаж основных производителей в разрезе потребителей (в натуральном и денежном выражении)

- характеристика основных конкурентов – в целом и, по возможности (необходимости), индивидуально.

* Себестоимость производства
* Ценовая стратегия – желательно
* Позиционирование продукции на рынке
* Текущие действия конкурентов, влияющие на рынок
* Планируемые действия конкурентов, которые могут повлиять на рынок.
* Ожидаемая реакция конкурентов на предложенный проект.

- анализ импорта-экспорта продукта/аналогов в РФ

5.3.2. Если ТЭО пишется для конкретного предприятия, то указывается текущая и прогнозируемая позиция предприятия на рынке и организация сбыта продукции:

- Если ТЭО нацелено на расширение существующих производственных мощностей: анализ объемов продаж предприятием продукта за последние 3 года, позиции предприятия на рынке; анализ возможности продаж дополнительных объемов продукции предприятием.

- Если ТЭО нацелено на запуск новой продукции: анализ возможности выхода на рынок с новой продукцией; характеристика достигнутых договоренностей с контрагентами; прогнозируемый план продаж на период реализации инвестпроекта с указанием объемов продаж и цен в разрезе потребителей.

5.4. Выводы данного раздела должны включать:

- какое количество продукции планируется к выпуску и по какой цене, если проект имеет несколько очередей, то указывается объем выпуска по очередям

- какую долю рынка планируется захватить в России и за рубежом