

Cēsu rajona lauku partnerības Ieteiktais pielikums “Tirgus analīze” s k a i d r o j u m s

Lai pretendents izveidotu kvalitatīvu tirgus analīzi un saņemtu **maksimālo vērtējumu (3 punktus)**, tam obligāti jāizmanto **Pielikums Nr. 15 “Tirgus analīze”** un jānodrošina detalizēta, uz faktiem balstīta izpēte.

Daži vienkāršoti ieteikumi un soļi kvalitatīvas tirgus analīzes sastādīšanai:

1. Solis: Produkta un patērētāja definēšana

- **Raksturojiet produktu:** Sniedziet īsu raksturojumu un norādiet produkta vai pakalpojuma īpašības.
- **Identificējiet vajadzību:** Skaidri aprakstiet, kādas tieši **patērētāja vajadzības** jūsu produkts apmierinās.
- **Cenu noteikšana:** Atspoguļojiet cenu noteikšanas principus un to aprēķinu. Atcerieties, ka cenai jābūt konkurētspējīgai, ko pamatojat tālākajā konkurentu izpētē.

2. Solis: Objektīva tirgus situācijas analīze

- **Balstieties uz faktiem:** Izstrādājot analīzi, kategoriski aizliegts balstīties uz pieņēmumiem vai baumām; jāizmanto tikai **precīzi iegūti fakti un dati**.
- **Nozares tendences:** Raksturojiet darbības sfēru un tās attīstības tendences (piemēram, pieprasījums pēc bioloģiskās pārtikas).
- **Tirgus potenciāls:** Novērtējiet tirgus lielumu un savu plānoto/esošo **tirgus daļu**.

3. Solis: Detalizēts klientu raksturojums un reklāma

- **Mērķtirgus noteikšana:** Skaidri definējiet esošos un potenciālos klientus. Kvalitatīvs mērķauditorijas apraksts ir būtisks arī projekta mērķa kritērija vērtēšanai.
- **Pārdošanas stratēģija:** Aprakstiet, kā reklamēsiet produktu (atlaižu politika, izstādes, sociālie tīkli u.c.).
- **Finanšu sasaiste:** Pārlicinieties, ka plānotās popularizēšanas aktivitātes ir sasaistītas ar projekta **finanšu informāciju** (budžetu).

4. Solis: Konkurentu novērtējums

- **Tiešie konkurenti:** Uzskaitiet nozīmīgākos konkurentus un to piedāvātos produktus.
- **Salīdzinājums (SWOT):** Objektīvi norādiet savas **stiprās un vājās puses** salīdzinājumā ar konkurentiem.
- **Cenu izpēte:** Veiciet konkurentu cenu izpēti, lai pamatotu savas produkcijas vietu tirgū.

- **Unikalitāte:** Izceliet, ar ko jūsu produkts atšķiras no konkurentiem vai kāpēc tas ir unikāls.

5. Solis: Resursu un teritorijas analīze

- **Resursu ieguve:** Apziniet visus nepieciešamos resursus un skaidri norādiet to ieguves veidus.
- **Darbības teritorija:** Veiciet analīzi par teritoriju, kurā plānojat darboties, paskaidrojot, kāpēc šis produkts tur ir nepieciešams.

Ieteikumi maksimālo 3 punktu saņemšanai (8. kritērijs):

1. **Neaprobežojieties ar vispārīgu aprakstu:** Ja tirgus situācija būs apzināta tikai vispārīgi vai netiks noteikti potenciālie pircēji, vērtējums var būt 0 vai 1 punkts.
2. **Obligāti pievienojiet Pielikumu “Tirgus analīze”:** Bez šī pielikuma (sadaļā D5) nav iespējams saņemt maksimālo punktu skaitu.
3. **Saskaņotība:** Pārliecinieties, ka tirgus analīzē minētie riski (piemēram, konkurences pieaugums) ir iekļauti arī **risku izvērtējuma sadaļā** (9. kritērijs) un finanšu plānos.

Atbalsta jautājumi, kas palīdzēs sastādīt TIRGUS ANALĪZI

1. Produkta būtība un cena

- **Jautājums:** Kas ir mans produkts un kāpēc to pirks?
- **Kas jāiekļauj:** Īss raksturojums, produkta unikālās īpašības un skaidrojums, kādas tieši patērētāja vajadzības tas apmierinās.
- **Cenu noteikšana:** Jānorāda cenu noteikšanas principi un jāatspoguļo iespējamais cenas aprēķins.
- **Ieteikums:** Ja projektā paredzēti vairāki atšķirīgi produkti, analīze jā sagatavo katram atsevišķi.

2. Nozares un tirgus potenciāls

- **Jautājums:** Cik liels ir tirgus un kādas ir tendences?
- **Kas jāiekļauj:** Īss nozares raksturojums un attīstības tendences (piemēram, pieprasījums pēc bioloģiskiem produktiem).
- **Tirgus daļa:** Jānovērtē kopējais tirgus potenciāls un plānotā uzņēmuma tirgus daļa.
- **Svarīgi:** Analīzi nevar balstīt uz pieņēmumiem vai baumām – tai jābūt pamatotai ar **precīzi iegūtiem faktiem un datiem**.

3. Klients un reklāmas stratēģija

- **Jautājums:** Kas ir mans klients un kā viņš par mani uzzinās?

- **Kas jāiekļauj:** Detalizēts esošo un potenciālo klientu (mērķtirgus) raksturojums.
- **Popularizēšana:** Jāapraksta reklāma, atlaižu politika un pārdošanas veidi (izstādes, sociālie tīkli u.c.).
- **Sasaiste:** Reklāmas aktivitātēm obligāti jābūt sasaistītām ar **projekta finanšu informāciju** (budžetu).

4. Konkurentu izpēte (SWOT)

- **Jautājums:** Ar ko es esmu labāks par konkurentiem?
- **Kas jāiekļauj:** Nozīmīgāko konkurentu uzskaitījums un viņu produktu raksturojums.
- **Salīdzinājums:** Objektīvi jānorāda savas stiprās un vājās puses salīdzinājumā ar konkurentiem, kā arī jāveic konkurentu cenu izpēte.
- **Atšķirība:** Skaidri jādefinē sava produkta atšķirība no konkurentu piedāvājuma.

5. Resursi un ieguldījums teritorijā

- **Jautājums:** Kādi resursi man nepieciešami un kāds ir pienesums novadam?
- **Kas jāiekļauj:** Jāapzina nepieciešamie resursi un to ieguves veidi.
- **Pamatojums:** Jāpamato produkta vieta tirgū un paredzamais uzlabojums teritorijas attīstībai.
- **Ieteikums:** Lai saņemtu augstāku vērtējumu, iekļaujiet atsauces uz aktuālo statistiku vai pētījumiem par konkrēto lauku teritoriju.

Vienkārši ieteikumi “Tirgus izpētes” veikšanai rīcības R3 - LAUKU BIĻETES un “BUDŽETA metodes” pretendentiem (Pielikums Nr. 15)

Kvalitatīva tirgus analīze ir kritiski svarīga maksimālo punktu iegūšanai (4. kritērijs). *Neskatoties uz to, ka Jūsu projekta pieteikums neveido augstas attiecināmās izmaksas - līdz 15 000 EUR Tirgus analīze ir būtiska pieteikuma sastāvdaļa*

- **Definējiet klientu (Sadaļa: Klientu raksturojums):** Precīzi norādiet, kas ir jūsu pircējs – vietējais iedzīvotājs, tūrists vai konkrēta vecuma grupa.
- **Analizējiet konkurentus, nevis ignorējiet tos:** Uzskaitiet vismaz 2-3 tiešos konkurentus. Norādiet viņu cenas un skaidri paskaidrojiet, **ar ko jūs būsit labāks** (cena, kvalitāte, pieejamība).
- **Fakti pār emocijām:** Neizmantojiet frāzes "visiem to vajadzēs". Izmantojiet faktus: "Pagastā ir 500 māsasaimniecības, bet tuvākā maizes ceptuve atrodas 20 km attālumā".
- **Sasaiste ar finansēm:** Pārdošanas stratēģijai (reklāma) jābūt sasaistītai ar to, kā jūs plānojat gūt ieņēmumus, ko norādīsiet C daļā.
- **Izmantojiet vizualizāciju (Pielikums D13):** Pievienojiet skices, attēlus vai produkta vizītkarti, lai vērtētāji uzskatāmi izprastu jūsu ideju.