Pielikums Nr.3

Biedrības „Alūksnes lauku partnerība”

Projektu vērtēšanas komisijas nolikumam

# Tirgus analīze

*Grozīts ar 11.10.2021. Valdes sēdes lēmumu (protokols Nr.3, 1.p.)*

Atbalsta pretendenta nosaukums:

Projekta nosaukums:

*Sagatavojot Tirgus analīzi nepieciešams aizpildīt tās ailes, kas* ***attiecas*** *uz Projekta ietvaros radīto produktu vai pakalpojumu.*

## Projekta ietvaros attīstāmā produkta vai pakalpojuma apraksts

*(Ja projekts paredz vairāku un atšķirīgu produktu vai pakalpojumu ieviešanu, tad šo analīzi jāgatavo atsevišķi katram projekta ietvaros ieviešamam produktam vai pakalpojumam.)*

|  |  |
| --- | --- |
| Produkta /pakalpojuma apraksts |  |
| Ar ko produkts/ pakalpojums piesaistīs pircējus |  |
| Cenu noteikšanas principi (atspoguļojiet tās iespējamo aprēķinu) |  |
| Izejvielas/ pakalpojuma sniegšanai nepieciešamie resursi (finanšu, materiālie/tehniskie un darbaspēka) |  |
| Piegādātāji |  |
| Sortimenta dažādošanas iespējas |  |
| Papildus serviss |  |

## Tirgus situācijas analīze

*(Balstīta uz precīzi iegūtiem faktiem, to apkopojuma un analīzes. Sadaļas izstrādi nevar balstīt uz pieņēmumiem, baumām vai cita veida neobjektīvas informācijas.)*

|  |  |
| --- | --- |
| Nozares/ darbības sfēras raksturojums un tās attīstības tendences |  |
| Kopīgais nozares/ darbības sfēras noiets un sava daļa tajā |  |
| Kā nozari/ darbības sfēru ietekmē ekonomiskais stāvoklis valstī, reģionā, teritorijā |  |
| Tirgus piesātinātības līmenis |  |
| Radītās inovācijas skaidrojums kontekstā ar konkurentu darbību vai tās attīstību |  |

## Klientu raksturojums

|  |
| --- |
| Kas ir esošie un/vai potenciālie klienti |
|  |
| Pieprasījums pēc produkta/pakalpojumatirgū, pamatots ar klientu aptauju (jāpievieno pielikumā) |  |
| Tirgus daļa esošā un plānotā(uzņēmējdarbības uzsācējiem norādīt tikai plānoto) |  |
| Vai klienti ir pastāvīgi vai gadījuma rakstura |  |
| Kā tiek/ tiks organizēti kontakti ar klientiem  |  |
| Kā tiek/ tiks nodrošināta realizācija? (mazumtirdzniecība, vairumtirdzniecība, tiešā tirdzniecība, interneta vidē, pakalpojumi, u.c. |  |

|  |
| --- |
| Nosakot mērķa grupu, jūsu izvēles pamatā ir: |
| Atsevišķs produkts/ pakalpojums (kāds?) |  |
| Noteikts ģeogrāfisks rajons (kāds?) |  |
| Tirdzniecība (ar ko?) |  |
| Rūpniecība (kāda nozare?) |  |
| Citi (kas?) |  |
| Cik daudz izvēlētā mērķa grupa iztērēs līdzekļu tieši par mūsu produkta/ pakalpojuma veidu gada laikā |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Klientu atrašanās vieta |  |
| Kāpēc klienti izvēlēsies šo produktu/ pakalpojumu |  |
| Galvenie konkurētspēju noteicošie faktori |  |
| Kā Jūs nodrošināsiet klientu prasību izpildi (serviss, uzstādīšana, nestandarta pasūtījumi utt.) |  |
| Pēc kādiem kritērijiem novērtēsiet savu darbību un klientu apmierinātību |  |
| Cik klientu varētu iegūt |  |
| Plānotie sadarbības partneri (pievienot līgumus, nodomu protokolus, u.c. saistošos dokumentus) |  |
| Kādā veidā paredzēts popularizēt/ reklamēt produktu/ pakalpojumu(jābūt sasaistītam ar projekta finanšu informāciju) |  |

## Nozīmīgāko konkurentu un to produktu/ pakalpojumu raksturojums

|  |  |
| --- | --- |
| Nozīmīgākie konkurenti un to produkti/ pakalpojumi |  |
| Manas vājās puses, salīdzinājumā ar konkurentiem |  |
| Manas stiprās puses, salīdzinājumā ar konkurentiem |  |
| Konkurentu cenu izpēte |  |
| Mana produkta/ pakalpojuma atšķirība no konkurentiem |  |
| Konkurentu darbības metodes |  |
| Konkurentu attīstības tendences |  |
| Kuri no konkurentiem tieši apdraud pretendenta tirgus pozīcijas vai jau ietekmējuši tās |  |
| Kurus no konkurentiem pretendents apsteidzis/ plāno apsteigt, kā tas tika panākts/ tiks panākts |  |

Tirgus analīze iesniegta: *(datums)*

Atbalsta pretendents: *(paraksts, Vārds, Uzvārds)*