

# ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ПРИ ВЫВЕДЕНИИ РОССИЙСКОГО ТОВАРА НА ЗАРУБЕЖНЫЙ РЫНОК: МЕТОДОЛОГИЯ И ОПЫТ



## **Носкова Елена Викторовна,**

к. э. н., доцент, зам. зав. кафедрой маркетинга, коммерции и логистики, Дальневосточный федеральный университет, 690922, г. Владивосток, остров Русский, бухта Аякс-10, корпус 22 G, аудитория 602  
noskova05@mail.ru



## **Романова Ирина Матвеевна,**

д. э. н., профессор, зав. кафедрой маркетинга, коммерции и логистики, Дальневосточный федеральный университет, 690922, г. Владивосток, остров Русский, бухта Аякс-10, корпус 22 G, аудитория 603  
rim.6767@mail.ru

В статье описан опыт организации маркетинговых исследований для решения целевых задач экспортно ориентированных компаний в условиях глобализации и интеграции на примере рынка мяса птицы Японии. Дана характеристика процесса исследования международного рынка: изложение проблемы, целей и задач исследования; выбор проекта исследования; методы проведения исследования; алгоритм сбора и анализа собранной информации. Особая ценность статьи заключается в исследовательской логике сбора и анализа данных, которая позволила собрать и проанализировать информацию для принятия управленческих решений. Материалы подобного рода способствуют формированию современной маркетинговой среды Дальнего Востока России и его интеграции в мировое пространство.

**Ключевые слова:** маркетинговые исследования; рынок; рынок Японии; цена; предложение; емкость.

### **АКТУАЛЬНОСТЬ ТЕМЫ**

Маркетинговые исследования для решения целевых задач экспортно ориентированных компаний в условиях глобализации и интеграции экономик вызывают повышенный интерес бизнеса, так и научных сообществ. В рамках данной статьи авторы поделятся опытом организации маркетинговых исследований при выходе региональной компании на рынок Японии. В настоящее время вопросы методологии планирования подобных исследований слабо проработаны как с теоретической, так и с практической точек зрения, хотя предприятия сферы бизнеса нуждаются в аналитических, консультационных услугах в данной области и организационной поддержке, что свидетельствует об актуальности и своевременности заявленной темы исследования.

### **МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ**

#### *1. Постановка проблемы, целей и задач исследования*

##### *Проблема:*

- ♦ проблема, требующая решения — определение целесообразности выведения на рынок мяса птицы Японии продукции российской компании;
- ♦ проблема, требующая исследования — исследование процессов, складывающихся на рынке мяса птицы Японии.

*Цель:* исследовать потребительский спрос и предложение на рынке мяса птицы Японии с целью выведения на этот рынок товара российской компании.

##### *Задачи:*

- ♦ оценить состояние и тенденции развития рынка мяса птицы Японии;
- ♦ изучить и проанализировать конкуренцию на рынке мяса птицы Японии;

- ♦ проанализировать предложение на рынке мяса птицы Японии;
- ♦ исследовать спрос на рынке мяса птицы Японии;
- ♦ изучить регулирование импорта в Японии;
- ♦ разработать рекомендации по выведению товара на рынок мяса птицы Японии для российской компании.

#### *2. Выбор проекта исследования*

Вид исследовательского проекта — описательное исследование, так как необходимо с помощью определенных методов определить состояние рынка мяса птицы Японии, охарактеризовать спрос и предложение.

*Объект* исследования — рынок мяса птицы Японии.

#### *3. Определение методов сбора данных*

Особенность исследования международных рынков заключа-