

# Дефицит рыночной информации сохраняется

В предыдущем номере журнала мы познакомили вас с новой программой «Эксперт», участниками которой уже стали десятки наших читателей – представителей компаний спортивной индустрии. Именно вы являясь самыми компетентными специалистами отрасли, можете дать адекватную оценку ситуации на российском и мировом спортивных рынках. С этой целью мы вновь разослали по электронной почте несколько вопросов, связанных с одной из актуальных тем номера. Особую благодарность выражаем компаниям «Стайер» (г. Екатеринбург), «Аль Сап» (г. Уфа), «Техноспорт-центр» и Pipse (г. Санкт-Петербург), VPS Bowling BK, «ТК Сентел», «Шивано Евразия» и «Брокс Спорт» (г. Москва).

Надеемся на дальнейшее активное участие наших читателей в программе и, в свою очередь, готовы познакомить вас с результатами очередного опроса.

На этот раз он был посвящен проблемам информационного обеспечения.

Как выяснилось наиболее востребованной оказалась информация о емкости рынка – в ее получении заинтересована треть наших

экспертов. Результаты опроса говорят о невысокой степени доверия к государственным органам, призванным обеспечивать отрасль необходимыми данными. Это не удивительно: пока, к сожалению, официальная статистика позволяет видеть только часть рынка. Кроме того, существует проблема адекватной классификации спортивных товаров, существенно осложняющая анализ.

Весьма востребованной оказалась информация которую можно получить лишь в результате мониторинга розничной торговли. Сегодня таких данных нет не только для рынка в целом, но и для его отдельных фрагментов. Дефицит объясняется отсутствием в стране компаний, занимающихся подобными рода исследованиями в спортивном ритейле.

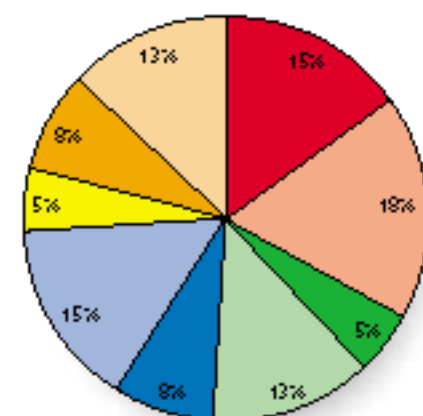
Большой интерес вызывают экспертные оценки, являющиеся основным, а зачастую и единственным способом формирования информационной среды рынка. Это окончательно убедило нас в необходимости дальнейшего развития программы «Эксперт».

Сегодня потенциальный спрос на марке-

тинговую информацию со стороны компаний спортивной индустрии оценивается примерно в \$10 млн. На первый взгляд сумма весьма значительна, но вряд ли соответствует масштабам современного российского рынка. Тем не менее даже этот спрос вряд ли может быть удовлетворен ввиду... отсутствия предложения. Исследовательские компании, за редким исключением, не специализируются на спортивной тематике, сосредоточившись на более продвинутой потребительских рынках. Это является следствием нечетко сформулированного спроса со стороны субъектов спортивного рынка. Надеемся, что материалы нашей рубрики будут способствовать решению этой задачи.

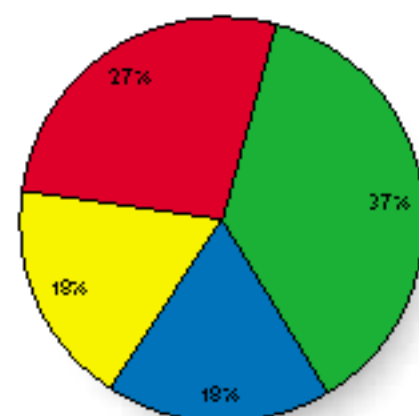
В такой ситуации заслуживает внимания инициатива некоторых крупных спортивных операторов, связанная с формированием отраслевого заказа на проведение глубокого маркетингового исследования российского рынка. Возможно, осуществление этого проекта станет началом построения эффективной информационной инфраструктуры спортивной индустрии.

Какая информация о спортивной индустрии интересует вас в большей степени?



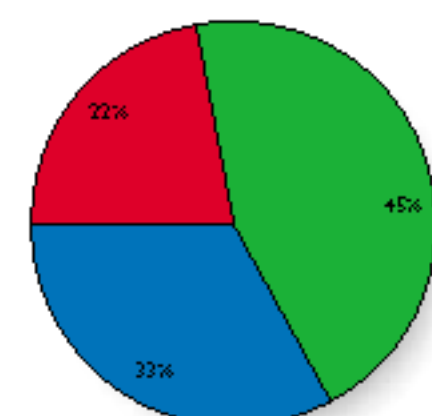
- Емкость рынка (в стоимостных показателях)
- Емкость рынка (в натуральных показателях)
- Доля компании на рынке
- Структура рынка по товарным сегментам
- Структура рынка по брендам
- Региональная структура рынка
- Данные государственной статистики
- Данные таможенных органов
- Прогнозы и тенденции развития отдельных сегментов рынка

Какие виды исследований позволяют получить необходимую вам информацию?



- Мониторинг розничных продаж
- Массовые опросы потребителей
- Исследования характеристик и предпочтений потребителей в группах
- Экспертные оценки рынка

Какой примерно годовой объем затрат на маркетинговые исследования необходим сегодня такой компании, как ваша?



- \$ 500 - 2000
- \$ 2000 - 5000
- \$ 5000 - 10000