

## Отчет

о проведенном маркетинговом исследовании на тему:

«Анализ рынка услуг такси г. Харькова»

Заказчик принял:

Исполнитель сдал:

Консалтинговая компания «Бизнес-Эксперт»

## Содержание

<b>Анализ платежеспособного спроса на услуги такси в Харькове</b> .....	<b>4</b>
Выводы. ....	8
<b>Обзор рынка услуг такси Харькова</b> .....	<b>9</b>
<i>Общие тенденции украинского рынка</i> .....	9
<i>Анализ основных конкурентов (предоставляемые услуги, ценовая политика и продвижение).</i> .....	14
Выводы. ....	23
<i>Анализ основных конкурентов (рынок труда).</i> .....	24
Выводы .....	26
<i>Анализ покупательского поведения</i> .....	27
Целевая аудитория.....	27
Анализ перспективности каналов продвижения .....	31
<i>Анализ рисков и барьеров при работе на рынке таксомоторных услуг г. Харькова.</i> <i>Разработка мер по их минимизации рисков и преодолению барьеров</i> .....	38
<b>Оценка необходимой маркетинговой активности</b> .....	<b>40</b>
<b>Сводный анализ и выводы</b> .....	<b>41</b>

## Список рисунков

Рис. 1. Доход на душу населения по областям Украины, грн.....	4
Рис. 2. Прирост дохода населения к соответствующему предыдущему периоду, % .....	4
Рис. 3. Динамика изменения реальных доходов бизнес-активного населения. ....	5
Рис. 4. Расходы украинцев на оплату услуг транспорта, % к суммарным расходам.....	5
Рис. 5. Периодичность затрат на досуг и развлечения.....	6
Рис. 6. Динамика изменения структуры расходов украинцев за 10 лет. ....	6
Рис. 7. Динамика изменения количества бизнес-активного населения Украины .....	7
Рис. 8. Структура расходов на такси бизнес-активного населения Украины и России.....	7
Рис. 9. Динамика изменения цен на бензин. ....	12
Рис. 10. Распределение количества новых соИл-центров по различным потребительским категориям на украинском рынке в 2010 (а) и 2011 (б) годах.....	13
Рис. 11. Распределение количества операторских мест по различным потребительским категориям на украинском рынке в 2010 (а) и 2011 (б) годах.....	13
Рис. 12. Популярность харьковских служб такси.....	16
Рис. 13. Периодичность использования такси. ....	17
Рис. 14. Сравнение количества отзывов по службам такси.....	17
Рис. 15. Сравнение положительных отзывов о службах такси. ....	18
Рис. 16. Сравнение отрицательных отзывов о службах такси. ....	18
Рис. 17. Сравнение положительных отзывов о службах такси (укрупненные категории).....	19
Рис. 18. Сравнение отрицательных отзывов о службах такси (укрупненные категории).....	20
Рис. 19. Распределение целевой аудитории такси по половой принадлежности .....	27
Рис. 20. Клиенты такси по отношению к другим группам потребителей.....	28
Рис. 21. Динамика изменения пассажиропотока по крупнейшим аэропортам Украины .....	29
Рис. 22. Предпочтения украинцев по видам ежедневного отдыха .....	30
Рис. 23. Периодичность посещения баров, ресторанов, ночных клубов, боулинга. ....	30
Рис. 24. Динамика изменения количества интернет-пользователей.....	31
Рис. 25. Возрастная структура интернет-сообщества .....	32
Рис. 26. Доля пользователей мобильным интернетом в общей совокупности интернет-сообщества .....	32
Рис. 27. Возрастная структура пользователей мобильного интернета.....	32
Рис. 28. Основные цели пользования интернетом .....	33
Рис. 29. Динамика развития интернет-рекламы .....	33
Рис. 30. Социально демографические характеристики интернет-сообщества .....	34
Рис. 31. Сравнение темпов роста рынка интернет-рекламы в странах Центральной и Восточной Европы .....	34
Рис. 32. Категории рынков социальных сетей по численности и темпам роста аудитории. ....	35
Рис. 33. Сравнение аудиторий социальных сетей Украины и других стран мира. ....	35
Рис. 34. Преимущества бренда от привлечения пользователей на свои площадки в социальных сетях.....	36
Рис. 35. Статистика запросов в поисковой системе Яндекс от пользователей сети Интернет – харьковчан. ....	36
Рис. 36. Эффективность использования интернет рассылки в сфере услуг.....	37

## Список таблиц

Таблица 1. Сравнительная таблица по трем основным конкурентам. ....	14
Таблица 2. Информация о действующих и активно продвигающихся такси г. Харькова .....	21
Таблица 3. Сравнение трех основных конкурентов по условиям для водителей .....	25
Таблица 4. Основные риски и меры по их минимизации.....	38