

The topic: The Market Analysis for a Chosen International Company

Name of author: Petra Mihalkova

Year of study/Specialization: 2/MMB

Consultant: Denisa Lipnicka

Abstract

The topic of our project is The Market Analysis for a Chosen company. The aim of the research will be to examine market potential in Central Slovakia for chosen international company producing herbicides trying to launch its new product on our market. In particular, we focus on analysing existing competitors, potential customers profile and their criteria for choosing the herbicides during purchase decision-making process as well as the sources of information they use about these products. Further, we analyse the suitability of the new product for given market conditions. Finally, we will make conclusions and recommendations for the company's suitable marketing strategy to be used. The output of our investigation based on the qualitative-quantitative research findings will be finding whether it is worthy for the company to launch a new product on our market, and if so, what the best marketing tools should be used in order to be successful.

The research findings the results will be used by the company for which the research was made in order to recommend suitable marketing strategies and tools by the selected foreign company operating in international markets, trying to launch new product in Slovakia.

Key words:

Market Analysis. Market Potential. Marketing Tools. Factors of Product Choice

Meno autora: Petra Miháľková

Ročník a odbor štúdia: 2/MMB

Konzultant/vedúci práce: Denisa Lipnická

Abstrakt

Témou našej práce je Analýza trhu pre vybranú firmu.

Cieľom výskumu bude preskúmať potenciál trhu na strednom Slovensku pre medzinárodnú výrobnú spoločnosť v oblasti herbicídov, ktorá má snahu uviesť svoj nový výrobok na našom trhu. Zámerom našej práce bude najmä analýza existujúcej konkurencie, profilu potenciálnych zákazníkov a ich kritéria pri výbere herbicídov počas rozhodovacieho procesu nákupu a taktiež zdroje informácií, ktoré zákazníci využívajú o daných výrobkoch. Ďalej budem analyzovať, či výrobok je vhodný pre podmienky daného trhu.

Napokon bude práca obsahovať závery a odporúčania pre vhodnú marketingovú stratégiu, ktorú by mohol výrobca použiť.

Výsledkom nášho skúmania na základe kvalitatívno-kvantitatívneho výskumu bude zistenie, či má pre danú firmu význam uviesť nový výrobok na našom trhu a ak áno, aké najvhodnejšie marketingové nástroje by sa mali použiť pre úspešné uvedenie výrobku na daný trh.

Zistenia a výsledky nášho výskumu budú použité firmou, pre ktorú bol vypracovaný, aby sme odporúčili vhodné marketingové stratégie a nástroje pre vybranú zahraničnú firmu pôsobiacu na medzinárodných trhoch usilujúcu sa o uvedenie nového výrobku na strednom Slovensku.

Kľúčové slová:

Analýza trhu. Potenciál trhu. Marketingové nástroje. Faktory výberu výrobku.