# **Pielikums Nr.15**

# **TIRGUS ANALĪZES APRAKSTS**

**Atbalsta pretendenta nosaukums:**

**Projekta nosaukums:**

## **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)*

|  |  |
| --- | --- |
| Produkts /pakalpojums – īss raksturojumsKādas ir tā īpašības? |  |
| Kas ir produkta/pakalpojuma patērētājs? Kādas patērētāja vajadzības apmierinās produkts/pakalpojums? |  |
| Cenu noteikšanas principi (atspoguļojiet tās iespējamo aprēķinu)? |  |

## **Tirgus situācijas analīze**

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

|  |  |
| --- | --- |
| Īss nozares/ darbības sfēras raksturojums un tās attīstības tendences |  |
| Cik liels ir produkta/ pakalpojuma tirgus un tā potenciāls? Kāda ir Jūsuprodukta/ pakalpojuma esošā / plānotā tirgus daļa? |  |

##

## **Klientu raksturojums**

|  |
| --- |
| Kas ir esošie un/vai potenciālie klienti? |
|  |
| Kādā veidā paredzēts popularizēt/ reklamēt produktu/ pakalpojumu(cena, atlaižu politika, pārdošanas vieta un veids, reklāma, dalība izstādēs u.c.)(*jābūt sasaistītam ar projekta finanšu informāciju)* |  |

## **Nozīmīgāko konkurentu un to produktu/ pakalpojumu raksturojums**

|  |  |
| --- | --- |
| Nozīmīgākie konkurenti un to produkti/ pakalpojumi |  |
| Ja produkts/ pakalpojums unikāls aprakstiet to.Attiecīgi zemāk esošos punktus aizpildiet, ja attiecināms |  |
| Manas vājās puses, salīdzinājumā ar konkurentiem |  |
| Manas stiprās puses, salīdzinājumā ar konkurentiem |  |
| Konkurentu cenu izpēte |  |
| Mana produkta/ pakalpojuma atšķirība no konkurentiem |  |

*\*Pretendents var brīvi pievienot papildus informāciju, kuru uzskata par nepieciešamu projekta vērtēšanai*

Tirgus analīze iesniegta: *datums*

|  |
| --- |
| Atbalsta pretendents:  *Vārds, Uzvārds)l***elikums Nr.5** |