

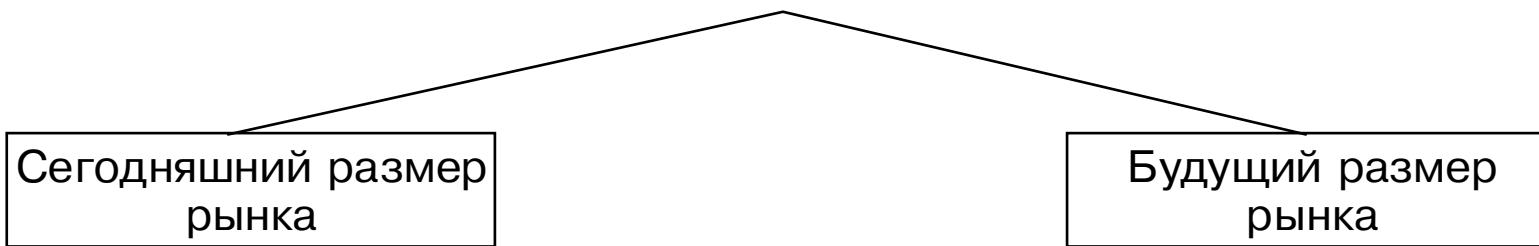
1. Эффективный спрос
2. Использование результатов анализа размера рынка
3. Проведение анализа размера рынка

Анализ размера рынка

[Слайд # 9]

Цели анализа

***Анализ размера рынка и прогнозирование изменений
позволяет оценить его привлекательность***

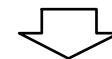


- По сегментам



Где сегодня существует
спрос на Ваш товар?

- Темп роста по
сегментам



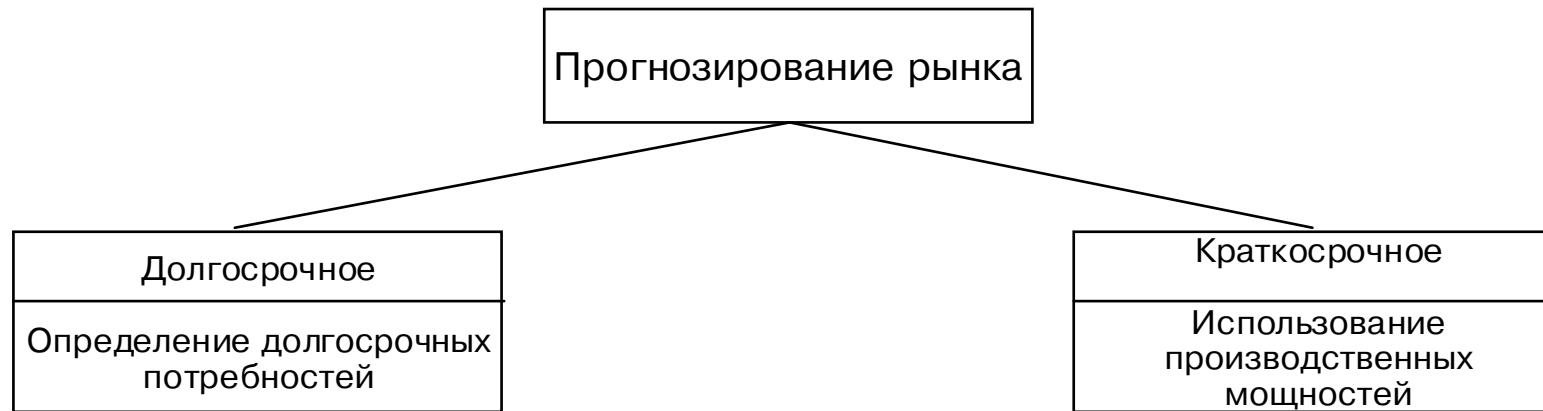
Какой сегмент/рынок
станет наиболее
привлекательным в
будущем?

РЦП: Пакет средств по анализу рынка

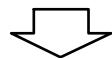
Анализ размера рынка

[Слайд # 10]

Результаты анализа

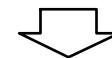


- Планирование мощностей
 - нужны ли нам дополнительные мощности
 - надо ли сократить мощности/активы
- Управление ассортиментом
 - в развитие производства каких товаров нужно инвестировать
- Развитие системы сбыта
 - какие сегменты/регионы необходимо развивать



- Как надо распорядиться ограниченными ресурсами, чтобы получить максимальную отдачу в долгосрочном плане

- Планирование производства
 - по видам товаров
- Закупки сырья
 - сколько сырья и материалов нам нужно?
- Планирование продаж/ цели к достижению
- Планирование рекламы/ продвижения товара*



- Прогнозирование изменения рынка и продаж
 - важная часть составление бюджета

* Строго говоря, это может повлиять на спрос. Прогнозирование размера рынка/ продаж должно исходить из определенных допущений о результатах рекламной кампании

РЦП: Пакет средств по анализу рынка

Анализ размера рынка

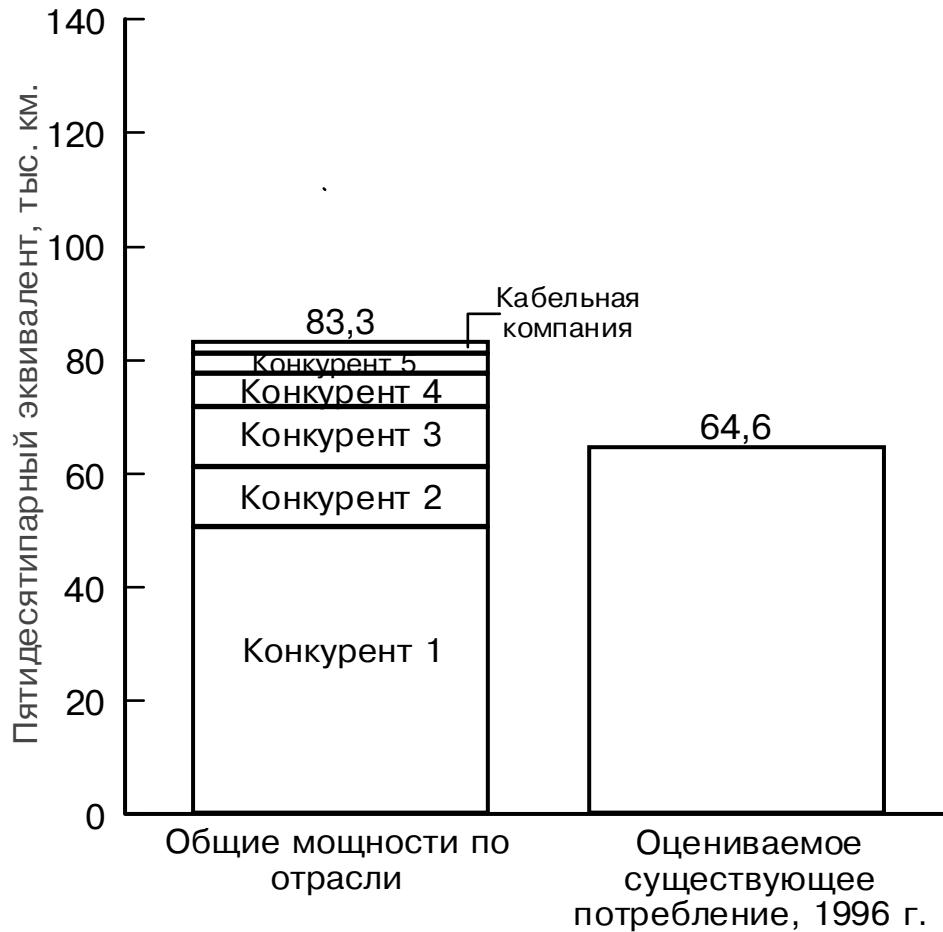
[Слайд # 11]

Пример: городской телефонный кабель

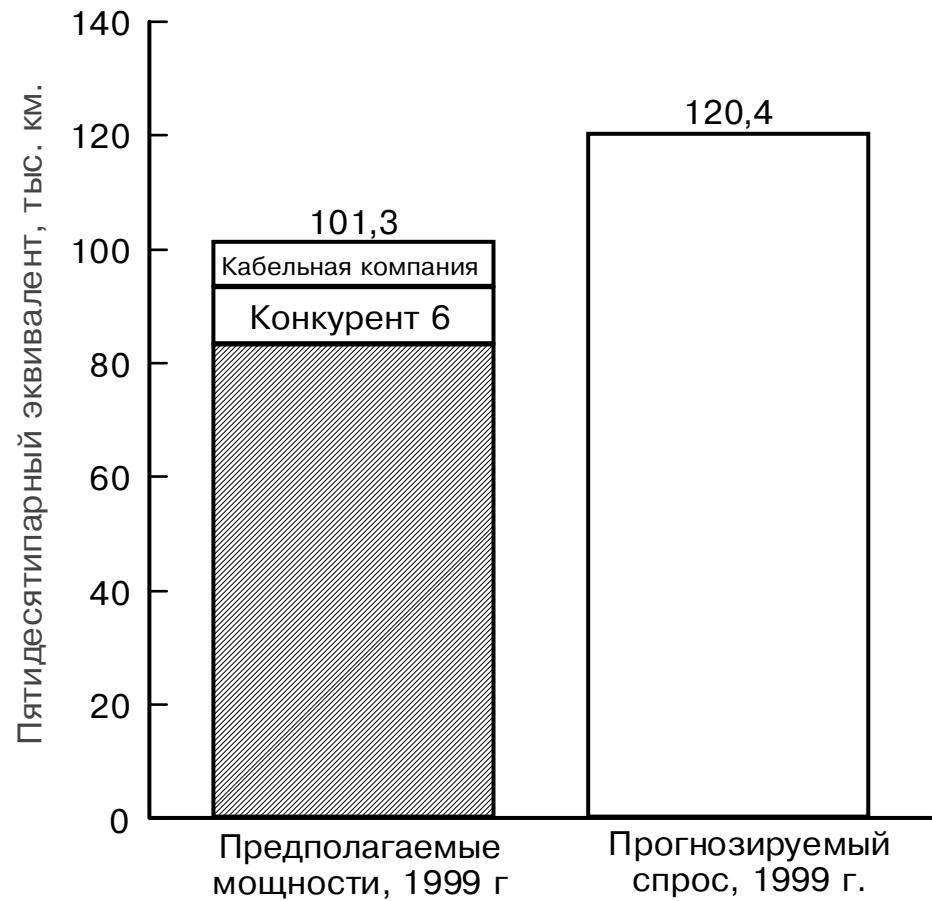
Вложение средств в развитие производства городского телефонного кабеля оправдано, несмотря на существующий низкий спрос

■ Действующие мощности
□ Инвестиционные программы

В настоящее время



Через 3 года



Источник: анализ Бэйн

Bain & Company, Inc.

{Oct/06/96 SR USR0358R}

РЦП: Пакет средств по анализу рынка

Анализ размера рынка

[Слайд # 12]

- Инвестиции в компанию не оправданы, хотя сегодняшние прибыли выглядят достаточно привлекательно
- В будущем прибыль будет сокращаться, поскольку в отрасли появятся избыточные мощности
- Тщательный анализ может выявить такую опасность заранее, и, таким образом, предотвратить невыгодные инвестиции

Пример Кабельной компании: медная катанка



Источник: анализ Бэйн; данные обезличены, но идея сохранена

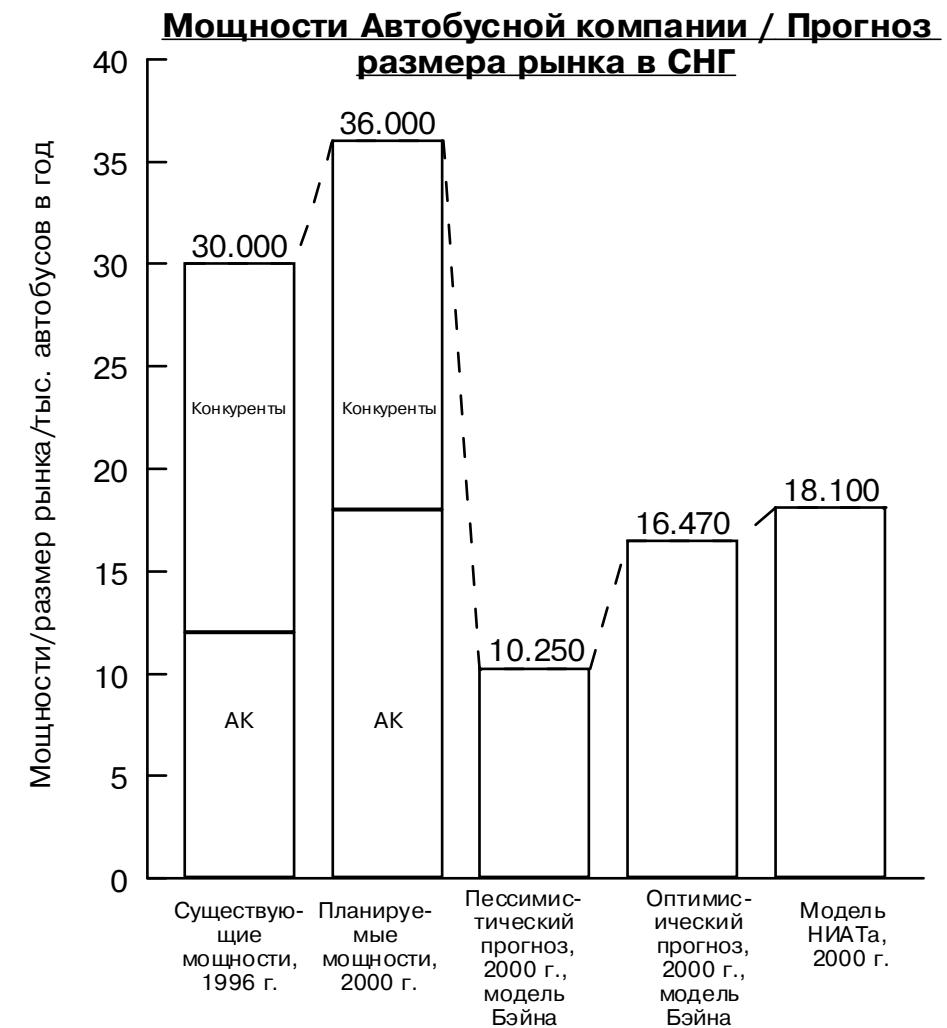
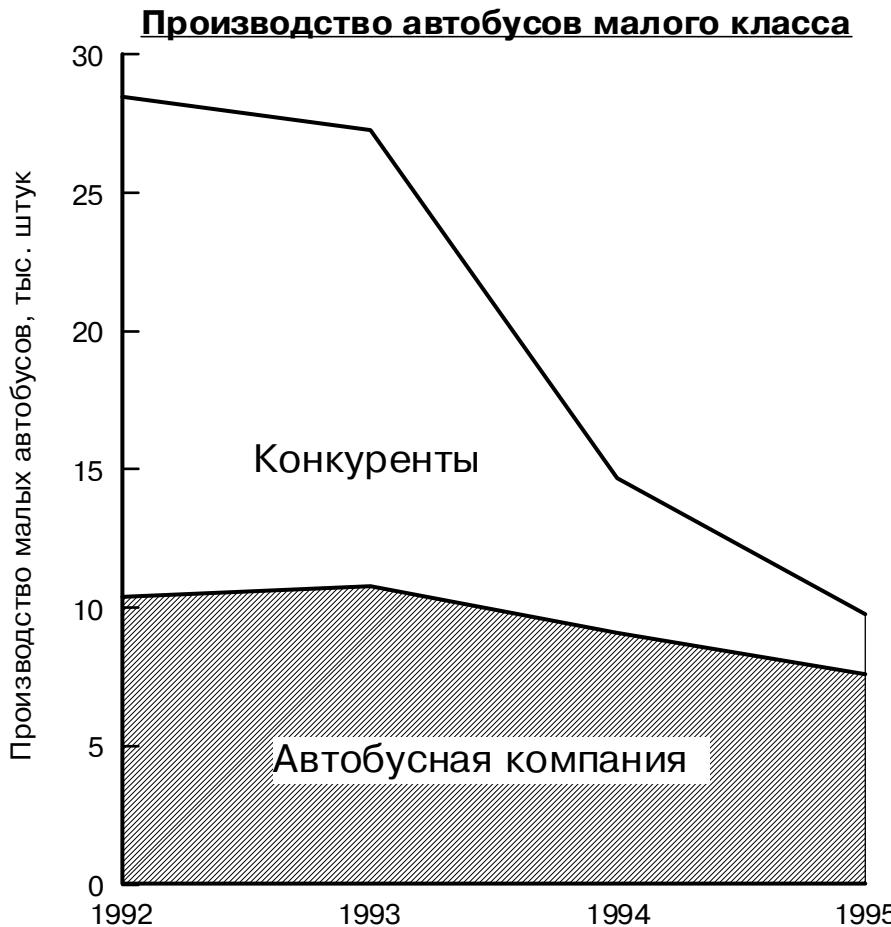
Bain & Company, Inc.

Анализ размера рынка

[Слайд # 13]

Пример Автобусной компании

В течение 1994-1995 гг. Автобусная компания инвестировала 6,3 миллиона долларов США в развитие новых мощностей и планирует вложить еще 68 миллионов долларов в ближайшие 5 лет



Источник: Госкомстат, отчетность предприятия, материалы НИАТа, анализ Бэйна

Bain&Company, Inc.

{Oct/06/96 SR USR0360R}