

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

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

Сегодняшний размер
рынка

- По сегментам



Где сегодня существует
спрос на Ваш товар?

Будущий размер
рынка

- 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



* 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

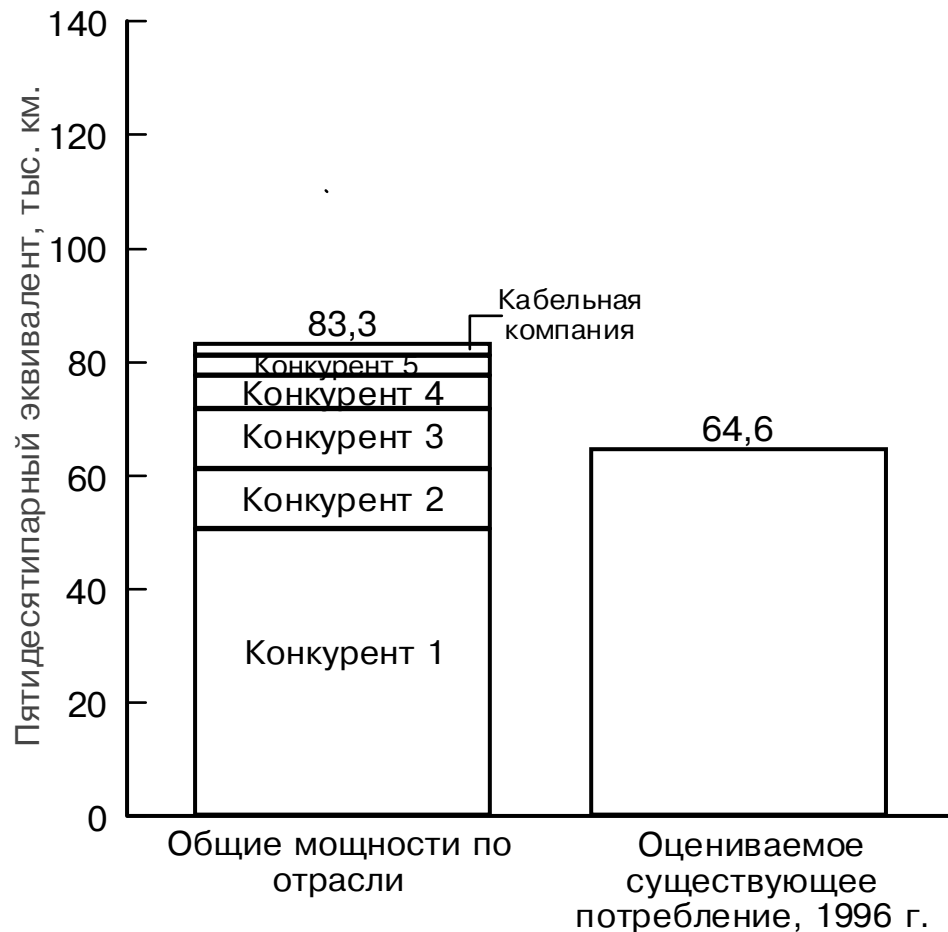
Пример: городской телефонный кабель

[Слайд # 11]

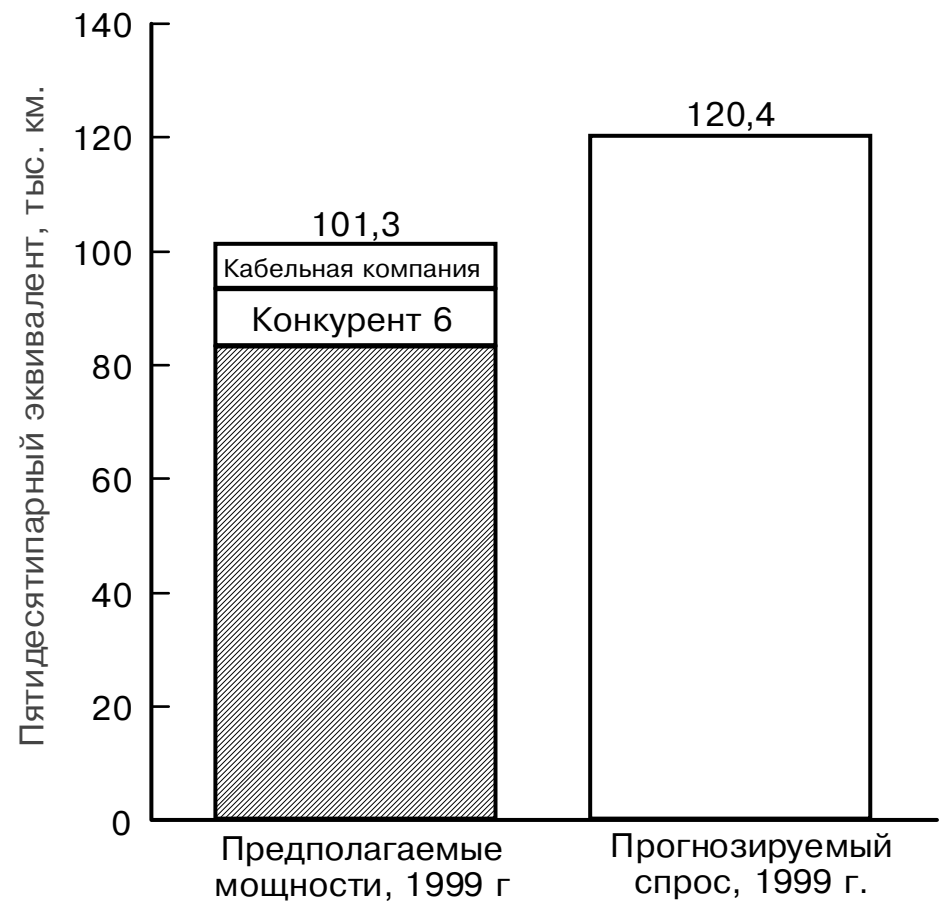
Вложение средств в развитие производства городского телефонного кабеля оправдано, несмотря на существующий низкий спрос

▨ Действующие мощности
□ Инвестиционные программы

В настоящее время



Через 3 года



РЦП: Пакет средств по анализу рынка

Анализ размера рынка

[Слайд # 12]

Пример Кабельной компании:

медная катанка

- **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**



Источник: анализ Бэйн; данные обезличены, но идея сохранена

Bain & Company, Inc.

РЦП: Пакет средств по анализу рынка

Анализ размера рынка

Пример Автобусной компании

[Слайд # 13]

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

