



# 4.6.Маркетинговый анализ возможностей предприятия

Подготовила: Яхимович С.Н.

# Маркетинговый анализ

**Цель маркетингового анализа** – оценка положения организации на товарных рынках. Составляющие этого анализа – анализ конкурентоспособности выпускаемой продукции, анализ систем распространения и стимулирования сбыта товаров, оценка конкурентоспособности самой организации.

## АНАЛИЗ КОМПЛЕКСА МАРКЕТИНГА

### Анализ выпускаемой продукции

(анализ продукции, объема и структуры заказов, анализ выполнения договорных обязательств, ABC – анализ, анализ структуры продаж, анализ позиционирования товаров, анализ фазы жизненного цикла товара, анализ хозяйственного портфеля по методике БКТ)

### Анализ ценовой политики организации

(характеристика стратегии установления цены, оценка эластичности спроса по цене, оценка себестоимости продукции и расчет наценки, анализ цен и товаров-конкурентов, анализ системы скидок, анализ контролируемости цен конечным потребителем)

### Анализ системы распределения товара

(характеристика вида каналов распределения товара, пропускная способность каналов распределения, затраты на эксплуатацию канала распределения, эффективность канала распределения)

### Анализ системы стимулирования товара

(характеристика комплекса стимулирования сбыта, характеристика стратегии стимулирования, эффективность системы стимулирования, учет потока обратной связи)



# Основные виды маркетинговой деятельности

определение рынков, входящих в сферу деятельности фирмы

определение реального (потенциального) спроса на рынке

группировка покупателей по категориям в соответствии с их запросами

выбор категорий потребителей, чьи запросы и потребности фирма может удовлетворять лучше, чем её конкуренты

разработка предложения фирмы, удовлетворяющего запрос  
(Комплекс маркетинга: товар + цена + распределение + продвижение)

обеспечение доступности предложения фирмы

информирование потенциальных и реальных потребителей о предложении и о том, где предложенное можно приобрести

постоянное принятие решений о том, что требуется добавить, изъять, изменить и улучшить, чтобы соответствовать изменяющимся потребностям и обстоятельства

# Маркетинговое исследование



# SWOT-анализ компании McDonald's

## Сильные стороны

1. Быстрое приготовление еды.
2. Хорошая узнаваемость бренда.
3. Партнерство с местными поставщиками.
4. Эффективный контроль затрат.
5. Огромный рекламный бюджет.
6. Празднование детских дней рождений.
7. Качественные продукты.

## Слабые стороны

1. Меню — фаст-фуд.
2. Большая текучка кадров.
3. Негативные отзывы среди потребителей здорового питания.

## Возможности

1. Изменения привычек потребителя.
2. Добавление в меню более здоровых продуктов.
3. Доставка еды на дом.

## Угрозы

1. Рост популярности здорового питания.
2. Усиление конкуренции среди местных больших игроков на рынке (Burger King).



# Анализ 5 сил Портера

Существует 5 сил, определяющих потенциал рынка и будущую стратегию.

**Чем меньше будут давить со всех сторон, тем больше Вы будете зарабатывать, и наоборот.**

Результат анализа:

- 1) рейтинг угроз по приоритетам с 5 сторон;
- 2) список способов ликвидации опасностей.



# ПЯТЬ СИЛ ПОРТЕРА

Много ли поставщиков?  
Могут ли поставщики диктовать условия?  
Готовы ли они сопрягать процессы с вами и вместе работать над ценностью?

Сила поставщиков

Сила товаров заменителей

Какие есть альтернативы потребления?  
Какие товары могут удовлетворить ту же потребность, но быстрее, лучше, дешевле?

Сила конкурентов  
(Много ли конкурентов?  
Насколько они быстры, инновационны, креативны?)

Сила покупателей

Каковы затраты для создания аналогичного производства/продукта?  
Каковы ограничения (законы, стандарты, патенты)?  
Каковы риски отрасли?

Барьеры входа в отрасль

Каковы запросы покупателей? Что покупатели ожидают за эту цену? Как изменятся их требования при изменении цены?

4.6. Задание для самостоятельного выполнения.

- Составить резюме бизнес-плана.

## РЕЗЮМЕ БИЗНЕС - ПЛАНА

*Что необходимо отразить в резюме?*

- Цель создания бизнеса
- Стратегия реализации цели
- Рынки сбыта и прогнозы продаж
- Конкурентные преимущества
- Прогноз финансовых результатов
- Потребность в инвестициях
- Возможные риски и их компенсация

• Провести SWOT- анализ.

• Заполнить таблицу «5 сил Портера».