

*Предприятие, которое неудачно планирует,
планирует неудачу*

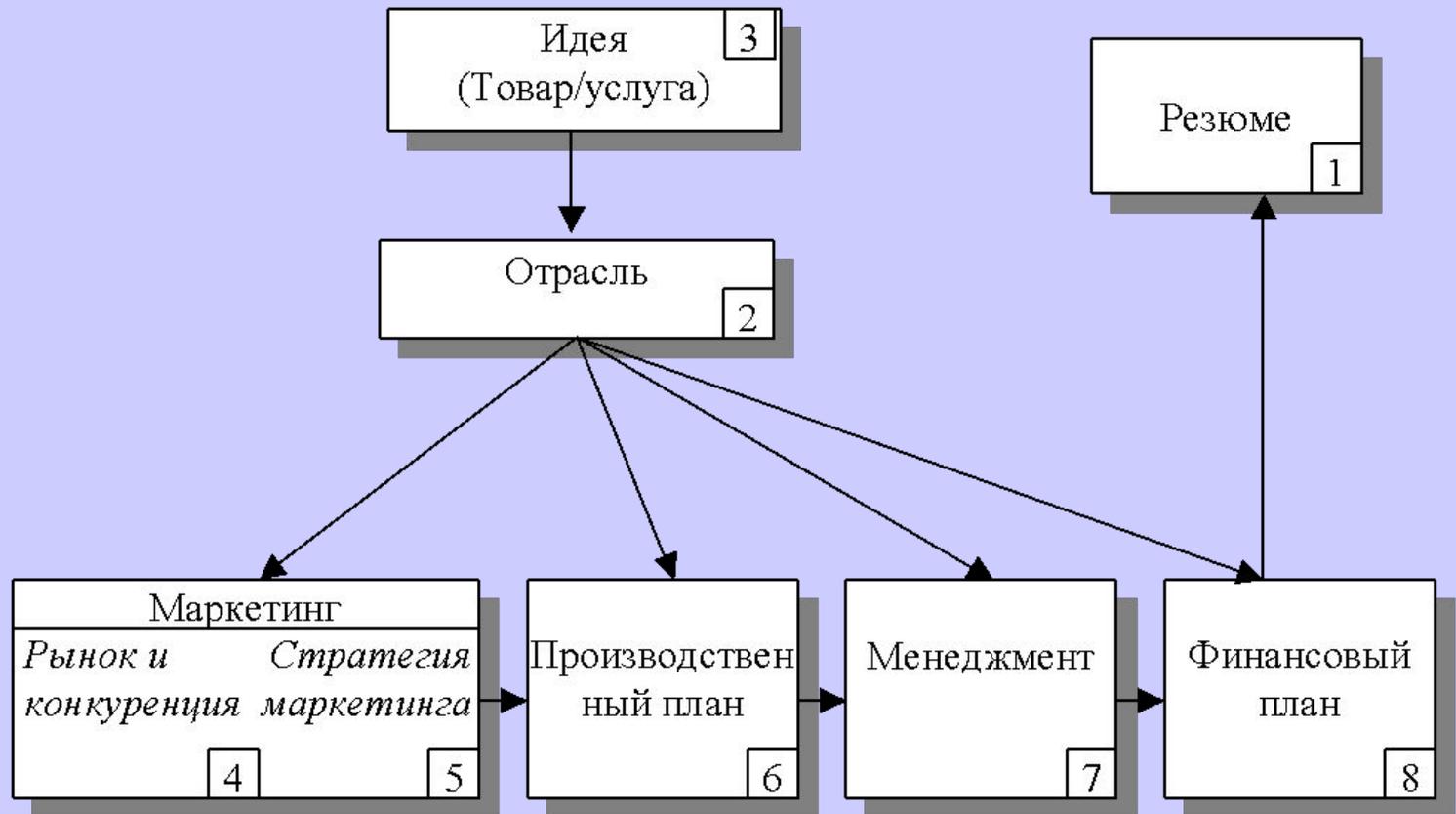
Бизнес-планирование

Занятие 4

НГУ

2008

Взаимосвязь разделов бизнес-плана



Исследование рынка включает:

- Общие тенденции изменения вашего рынка
- Состояние конкуренции на рынке
- Описание сбытовой сети
- Характеристики основных потребителей

- **Сегментация или классификация** - это процесс разделения явления и разнесения его частей в определенные классы и категории (сегменты).
- **Сегмент рынка** - определенным образом выделенная часть рынка, где может быть реализована продукция фирмы

Пример сегментации рынка зубной пасты

- Гурманы
- Озабоченные
- Компанейские
- Независимые

- **Позиция на рынке** - место, которое занимает товар в сознании покупателей.
- **Позиционирование** - действия, направленные на формирование восприятия потребителями товара фирмы относительно товаров-конкурентов по тем преимуществам и выгодам, которые они могут получить.

- **Потребности** - это состояние ощущаемой базовой неудовлетворенности, связанной с условиями существования
- **Желание** - специфическое средство удовлетворения потребностей, желаний много, они меняются, на них воздействуют социальные силы
- **Спрос** - потребность в определенных товарах, выраженная в желании и способности их приобрести

Классификация потребностей по А.Маслоу



Динамика объема рынка маркетинговых коммуникаций в прессе в 2004-2006 гг

Сегмент	2004 г, млн.дол.	Прирост 04/05	2005 г.	Прирост 05/06	2006 г.
Газеты	250	16%	290	19%	345
Журналы	470	23%	580	22%	705
Рекл. издания	480	8%	520	13%	590
Всего	1200	16%	1390	18%	1640

Динамика развития прессы

1. Рынок в этот период не только растет, но и немного ускоряет свой рост.
2. Другие рынки рекламы в СМИ, например на ТВ, растут быстрее.
3. Доходы изданий от реализации тиражей превышают доходы от рекламы.

Динамика развития прессы

4. Самый быстрый рост затрат рекламодателей наблюдается в сегменте журналов. По тематической направленности журналы можно разделить на 5 сегментов: кроссворды (17%), женские (16%), телегиды (15%), прикладные (14%), прочие (38%).
5. Рекламным изданиям предрекают упадок – читатели переключаются на более качественную платную прессу.

Динамика развития прессы

6. Газеты – наиболее читаемый сегмент прессы (газеты читает 79% населения). При этом тиражи поделились: общероссийские (24,8%), региональные (32,3%) и местные (32,9%). Здесь только 10-12% газет являются прибыльными. Остальные живут на дотации.
7. Интернет составляет все большую конкуренцию печатным СМИ, забирая у них «качественную» аудиторию.

Дистрибуция прессы

- 55% россиян покупают газеты и журналы, выписывают 29%. Бесплатные издания читают 13% россиян. 11% берут газеты у друзей.
- Структура розничных продаж в России:
 - киоски(37%),
 - лоточники (32%),
 - ручки (21%),
 - супермаркеты и бензоколонки (8%),
 - почтовые отделения (6%).

Задание:

Понаблюдайте и проанализируйте состояние точек общепита НГУ.