

ОСНОВНЫЕ РЫНОЧНЫЕ
СЕКМЕНТЫ,
ОБСЛУЖИВАЕМЫЕ
ПРЕДПРИЯТИЕМ.
НАИБОЛЕЕ
ВЛИЯТЕЛЬНАЯ
КОНКУРЕНТНАЯ СИЛА.

Группа №3

Требования и основные характеристики, предъявляемые к товару

Поршни:

- Достаточная жёсткость и силовые нагрузки;
- Тепловая стойкость и минимальные температурные деформации;
- Минимальная масса, для снижения инерционных нагрузок;
- Обеспечение высокой степени герметизации рабочей полости цилиндра;
- Минимальное трение о стенки цилиндров;
- Высокая долговечность
- Наличие сертификата

- Фильтры:
- Постоянный контроль за качеством продукции
- Тщательно продуманная конструкция
- Материалы, полностью отвечающие требованиям ТУ для данного вида продукции

Выбор сегмента потребителей

- Потребителями Костромского завода автокомпонентов являются, преимущественно, производители



Определение места работы компании на рынке относительно конкуренции

- Самое крупное предприятие
- в россии и странах снг
- Рыночная доля компании на территории России превышает 40%.

Сильные стороны:

- Передовое оборудование;
- Передовые технологии;
- Уникальные разработки;
- Максимальный ресурс.
- Доступная цена
- Надёжность
- Гибкие условия приобретения



Создание плана маркетинга:

- Изучение конструкции продукции конкурентов;
- Сравнении применяемых материалов и технических параметров;
- Выбор лучших решений, применяемых на рынке;
- Исключение излишних, не нужных в эксплуатации улучшений

Основной рыночный сегмент

- Крупные российские и иностранные автоконцерны



Угроза со стороны товаров-заменителей

Параметр оценки	Оценка параметра		
	3	2	1
Товары-заменители "цена-качество"	существуют и занимают высокую долю на рынке	существуют, но только вошли на рынок и их доля мала	не существуют
			1
ИТОГОВЫЙ БАЛЛ	1		
1 балл	низкий уровень угрозы со стороны товаров-заменителей		
2 балла	средний уровень угрозы со стороны товаров-заменителей		
3 балла	высокий уровень угрозы со стороны товаров-заменителей		

Уровень внутриотраслевой конкуренции

Параметр оценки	Оценка параметра		
	3	2	1
Количество игроков	Высокий уровень насыщения рынка	Средний уровень насыщения рынка (3-10)	Небольшое количество игроков (1-3)
		2	
Темп роста рынка	Стагнация или снижение объема рынка	Замедляющийся, но растущий	Высокий
		2	
Уровень дифференциации продукта на рынке	Компании продают стандартизированный товар	Товар на рынке стандартизирован по ключевым свойствам, но отличается по дополнительным преимуществам	Продукты компаний значительно отличаются между собой
	1		
Ограничение в повышении цен	Жесткая ценовая конкуренция на рынке, отсутствуют возможности в повышении цен	Есть возможность к повышению цен только в рамках покрытия роста затрат	Всегда есть возможность к повышению цены для покрытия роста затрат и повышения прибыли
		2	
ИТОГОВЫЙ БАЛЛ	7		
4 балла	Низкий уровень внутриотраслевой конкуренции		
5-8 баллов	Средний уровень внутриотраслевой конкуренции		
9-12 баллов	Высокий уровень внутриотраслевой конкуренции		

Угроза со стороны новых игроков

Параметр оценки	Оценка параметра		
	3	2	1
Экономия на масштабе при производстве товара или услуги	отсутствует	существует только у нескольких игроков рынка	значимая
			1
Сильные марки с высоким уровнем знания и лояльности	отсутствуют крупные игроки	2-3 крупных игрока держат около 50% рынка	2-3 крупных игрока держат более 80% рынка
		2	
Дифференциация продукта	низкий уровень разнообразия товара	существуют микро-ниши	все возможные ниши заняты игроками
	1		
Уровень инвестиций и затрат для входа в отрасль	низкий (окупается за 1-3 месяца работы)	средний (окупается за 6-12 месяцев работы)	высокий (окупается более чем за 1 год работы)
			1
Доступ к каналам распределения	доступ к каналам распределения полностью открыт	доступ к каналам распределения требует умеренных инвестиций	доступ к каналам распределения ограничен
		2	

Политика правительства	нет ограничивающих актов со стороны государства	государство вмешивается в деятельность отрасли, но на низком уровне	государство полностью регламентирует отрасль и устанавливает ограничения
		2	
Готовность существующих игроков к снижению цен	игроки не пойдут на снижение цен	крупные игроки не пойдут на снижение цен	при любой попытке ввода более дешевого предложения существующие игроки снижают цены
		2	
Темп роста отрасли	высокий и растущий	замедляющийся	стагнация или падение
		2	
ИТОГОВЫЙ БАЛЛ	13		
8 баллов	Низкий уровень угрозы входа новых игроков		
9-16 баллов	Средний уровень угрозы входа новых игроков		
17-24 балла	Высокий уровень угрозы входа новых игроков		

Угроза потери текущих КЛИЕНТОВ

Параметр оценки	3	2	1
Доля покупателей с большим объемом продаж	более 80% продаж приходится на нескольких клиентов	Незначительная часть клиентов держит около 50% продаж	Объем продаж равномерно распределен между всеми клиентами
		2	
Склонность к переключению на товары субституты	товар компании не уникален, существуют полные аналоги	товар компании частично уникален, есть отличительные хар-ки, важные для клиентов	товар компании полностью уникален, аналогов нет
		2	
Чувствительность к цене	покупатель всегда будет переключаться на товар с более низкой ценой	покупатель будет переключаться только при значимой разнице в цене	покупатель абсолютно не чувствителен к цене
		2	
Потребители не удовлетворены качеством существующего на рынке	неудовлетворенность ключевыми характеристиками товара	неудовлетворенность второстепенными характеристиками товара	полная удовлетворенность качеством
		2	
ИТОГОВЫЙ БАЛЛ	8		
4 балла	Низкий уровень угрозы ухода клиентов		
5-8 баллов	Средний уровень угрозы ухода клиентов		
9-12 баллов	Высокий уровень угрозы потери клиентов		

Угроза нестабильности поставщиков

Параметр оценки	Оценка параметра	
	2	1
Количество поставщиков	Незначительное количество поставщиков или монополия	Широкий выбор поставщиков
	2	
Ограниченность ресурсов поставщиков	ограниченность в объемах	неограниченность в объемах
	2	
Издержки переключения	высокие издержки к переключению на других поставщиков	низкие издержки к переключению на других поставщиков
		1
Приоритетность направления для поставщика	низкая приоритетность отрасли для поставщика	высокая приоритетность отрасли для поставщика
		1
ИТОГОВЫЙ БАЛЛ	6 -	
4 балла	низкий уровень влияния поставщиков	
5-6 баллов	средний уровень влияния поставщиков	
7-8 баллов	высокий уровень влияния поставщиков	

Оценка конкурентных сил

Конкурентная сила	Оценка
Власть поставщиков	2
Власть потребителей	2
Новые конкуренты	2
Товары заменители	1
Конкуренция между фирмами в отрасли	2

1 –низкий уровень угрозы

2- средний

3- высокий уровень угрозы