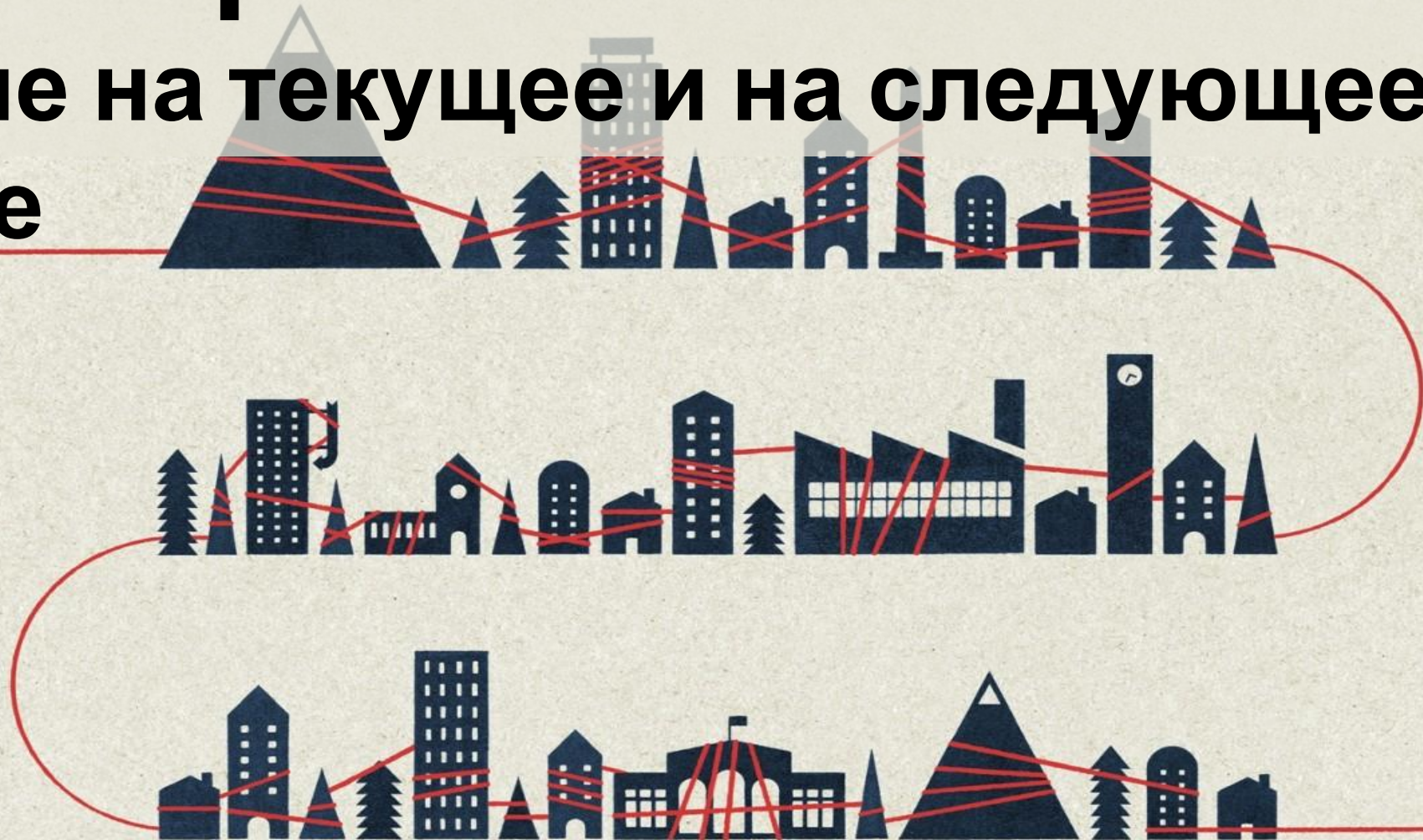


Проектирование бизнеса

Задание на текущее и на следующее занятие



Неделя с 26.10.2020

1. Конъюнктура:

Выбрать показатели конъюнктуры рынка и провести их анализ. Написать отчет в подглаву курсовой работы и положить отчет в гугл папку «Конъюнктура рынка»

(не менее одного показателя по классификации направлений анализа (4,5,6 слайды); присвоить каждому группе (3 слайд)

По содержанию, длительности и характеру воздействия конъюнктурообразующие факторы (КОФ) неодинаковы. Исходя из этого факторы конъюнктурного исследования могут быть разбиты на группы

Классификация конъюнктурообразующих факторов

Классификационный признак	Группы факторов
1	2
Связь с экономическим циклом	Циклические, нециклические
Продолжительность влияния	Долговременные, среднесрочные, краткосрочные
Принадлежность к рыночному механизму	Факторы спроса, предложения
Предсказуемость	Прогнозируемые (предсказуемые) непрогнозируемые (непредсказуемые)
Управляемость	Управляемые (регулируемые) неуправляемые (нерегулируемые)
Принадлежность к изучаемому объекту	Внутренние, внешние
Направленность воздействия	Стимулирующие, сдерживающие
Теснота связи с объектом (рынком)	Непосредственно влияющие, косвенно влияющие
Сфера происхождения	Экономические, социальные, культурные, природные, научно-технические, политические, экологические и т.п.

Система показателей, применяемых для анализа конъюнктуры рынка

Направление анализа	Показатели
1	2
<i>Предложение: в целом и в распределении по отдельным товарам (услугам), продавцам (производителям, торговым посредникам), регионам</i>	1.1. объем, структура и динамика предложения; 1.2. производственный и сырьевой потенциал предложения; 1.3. эластичность предложения
<i>Тенденция развития рынка (динамика)</i>	4.1 темпы роста, векторы и параметры трендов продаж, цен, товарных запасов, инвестиций и прибыли
<i>Колеблемость, устойчивость рынка</i>	5.1. коэффициенты вариации продаж, цен и товарных запасов во времени и в пространстве (экономическом и географическом); 5.2. параметры моделей сезонности и цикличности развития рынка
<i>Региональные различия состояния и развития рынка</i>	6.1. региональная вариация соотношения спроса и предложения и других пропорций рынка; 6.2. региональная вариация уровня спроса (в расчете на душу населения); 6.3. региональная вариация темпов динамики основных параметров развития рынка

<p><i>Покупательский спрос</i> в целом и в распределении по отдельным товарам, покупателям (оптовым, розничным), регионам</p>	<p>2.1. спрос в дифференциации по следующим признакам: степени удовлетворения, вектору изменения, формам образования, покупательским намерениям, состоянию рынка и месту покупки;</p> <p>2.2. потребительский потенциал (в целом и по отдельным товарам и услугам):</p> <p>2.3. емкость рынка средств производства, емкость рынка предметов потребления и емкость рынка услуг;</p> <p>2.4. эластичность спроса</p> <p>3.1. соотношение спроса и предложения;</p> <p>3.2. соотношение спроса и предложения на рынке средств производства и потребительских продуктов и услуг;</p>
	<p>3.3. товарная структура товарооборота (продажи, услуги);</p> <p>3.4. раздел (доля) рынка между производителями, оптовыми и розничными продавцами;</p> <p>3.5. структура продавцов по формам собственности;</p> <p>3.6. структура покупателей (оптовых - по формам собственности, розничных - по социально-демографическим и другим потребительским признакам);</p> <p>3.7. региональная структура рынка</p>

<i>Деловая активность</i>	<p>7.1. портфель заказов, его состав, наполненность и динамика;</p> <p>7.2. число, размер, частота и динамика сделок;</p> <p>7.3. степень загруженности производственных (торговых) мощностей</p>
<i>Коммерческий (рыночный) риск</i>	<p>8.1. инвестиционный риск;</p> <p>8.2. риск принятия маркетинговых решений;</p> <p>8.3. риск случайных колебаний</p>
<i>Масштаб (размер) рынка, уровень монополизации и конкуренции</i>	<p>9.1. число фирм, выступающих на рынке каждого товара, их распределение по формам собственности, организационным формам и специализации;</p> <p>9.2. общий объем реализации товаров (продуктов и услуг) на рынке и распределение фирм по размеру (объему сбыта и продажи);</p> <p>9.3. уровень приватизации число и доля приватизированных предприятий, их организационные формы, их доля в общем объеме рынка;</p> <p>9.4. раздел рынка (группировка фирм по доле, занятой ими в общем объеме сбыта и продажи);</p> <p>9.5. доля малых, средних фирм в общем объеме рынка</p>

2. Отрасль:

Выбрать показатели отрасли и провести их анализ. Написать отчет в подглаву курсовой работы и положить отчет в гугл папку «Конъюнктура рынка»

Ваш сектор экономики

Сектор экономики – группы отраслей

- 1) услуги;
- 2) промышленное производство,
- 3) розничная торговля;
- 4) дистрибуция, или распределение.

Ваш бизнес может относиться сразу к нескольким секторам. Например, вы можете одновременно производить товары для перепродажи другими субъектами хозяйствования и продавать их сами на розничном уровне.

РОСТ ВАШЕГО СЕКТОРА БИЗНЕСА В ПРОШЛОМ И ПРОГНОЗ НА БУДУЩЕЕ		
Сектор бизнеса	Темпы роста сектора в прошлом (низкие, средние, высокие)	Темпы роста сектора в будущем (низкие, средние, высокие)
1. _____	_____	_____
2. _____	_____	_____
3. _____	_____	_____

Ваша отрасль

Ваш бизнес может относиться к двум или более отраслям

Например, вы можете производить электронные устройства, используемые в новых и поддержанных автомобилях. Таким образом вы являетесь частью трех отраслей: электроники, производства новых автомобилей и вторичного рынка автомашин.

ОТРАСЛИ, К КОТОРЫМ ПРИНАДЛЕЖИТ ВАША КОМПАНИЯ

1. _____
2. _____
3. _____

Размеры и темпы роста вашей отрасли

Соотношение с ВВП

совокупный объем продаж предприятий отрасли возрастает на 2 % в год, а ВВП – на 5 %: отрасль регрессирует, и ваши возможности ограничены.

выпуск компаний отрасли увеличился на 15 % в год, в то время как ВВП – на 5 %, вы заняты в отрасли, имеющей более высокий потенциал, чем экономика в целом.

Если трудно найти информацию об отрасли в целом, возможно, удастся выяснить ее приблизительные размеры и темпы роста, оценив входящие в нее наиболее крупные компании. Найдите их годовые отчеты или исследования биржевых аналитиков, прочитайте статьи о лидерах отрасли в специализированных изданиях для деловых кругов.

Рост вашей отрасли в прошлом и будущем

Фактор	2 года назад	В прошлом году	В текущем году	В следующем году	В следующие 5 лет (в среднем)
Совокупный доход					
Общий объем продаж (в единицах)					
Общая численность занятых					
Темпы роста отрасли					
Темпы роста ВВП					
Темпы роста отрасли в сравнении с ростом ВВП (как разница или в %)					

Зрелость отрасли

1) новая отрасль; 2) расширяющаяся; 3) устойчивая; 4) приходящая в упадок

Индустрия безалкогольных напитков относительно устойчива, и в ней доминируют несколько основных компаний. Для новичков места почти не остается.

Производство бутилированной воды – развивающаяся отрасль со множеством конкурентов и изменений.

Зрелость отрасли

ХАРАКТЕРИСТИКА	ЭТАП РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ			
	Новая	Расширяющаяся	Устойчивая	Приходящая в упадок
Темпы роста	Очень высокие	Очень высокие	Стабильные	Минимальные/никаких
Конкуренция	Усиливающаяся	Разорение мелких компаний	Закрепление положения	Ослабление
Лидеры рынка / стандарты	Отсутствуют	Постоянно изменяются/появляются	Постоянные	Уменьшаются
Цели маркетинга	Известность и доверие	Отличие от конкурентов	Лидерство в отрасли	Выживание
Стратегия в отношении доли рынка	Занять устойчивое положение	Расширить долю рынка	Поддерживать долю рынка	Поглотить ослабших конкурентов
Товарный ассортимент	Ограниченный	Расширяющийся	Широкий	Уменьшенный
Лояльность потребителей	Отсутствует	Укрепляется	Сильная	Ослабевает

Четыре стадии жизненного цикла отрасли:

Новые отрасли открывают перспективные возможности для предпринимательства. Небольшие фирмы быстро реагируют на происходящие изменения, а крупные компании медленно осознают отраслевой потенциал. Однако размеры рынка ограничены, потому что потребители не привыкли к товару или услуге.

Расширяющиеся отрасли обслуживают быстро растущие рынки, поскольку потребители начинают осознавать потребность в товаре или услуге. В отрасли разворачивается интенсивная конкуренция, так как она привлекает внимание компаний, обладающих значительными финансовыми ресурсами. Уязвимыми становятся все участники даже те, которые имели хорошие позиции на первой стадии развития.

Устойчивые отрасли достигли прочного положения; рынки стабилизировались на достаточно высоком уровне. Темпы роста снижаются, а потребители демонстрируют высокую лояльность в отношении бренда. Для того чтобы войти в такие отрасли, компаниям необходимо преодолеть высокие барьеры на входе.

Упадок отрасли становится следствием технологических, демографических и социальных изменений, а также интенсивной конкуренции со стороны зарубежных компаний. Корпорации выходят из отрасли или оказываются перед лицом банкротства, а немногие крупные компании борются за выживание, перехватывая потребителей у ослабленных конкурентов.

Зрелость вашей отрасли и соответствующие возможности и риски

Темпы роста: _____

Возможности/риски: _____

Конкуренция: _____

Возможности/риски: _____

Лидеры рынка / стандарты: _____

Возможности/риски: _____

Цели маркетинга: _____

Возможности/риски: _____

Стратегия в зависимости от доли рынка: _____

Возможности/риски: _____

Товарный ассортимент: _____

Возможности/риски: _____

Лояльность потребителей: _____

Возможности/риски: _____

Чувствительность к экономическим циклам

Влияние экономических условий на отрасль и ваше предприятие

Высокий уровень расширения/создания предприятий: _____

Низкий уровень расширения/создания предприятий: _____

Высокий/низкий уровень безработицы: _____

Низкие процентные ставки: _____

Высокие процентные ставки: _____

Низкая инфляция: _____

Высокая инфляция: _____

Сильная национальная валюта/слабая национальная валюта: _____

Высокий/низкий уровень строительства нового жилья: _____

Сезоннос

Влияние сезонных факторов на вашу отрасль*

Рождество/праздники: _____

Лето: _____

Зима: _____

Другие: _____

Технологические изменения

Технологические изменения в вашей отрасли за прошедшие пять лет

Особенности товара/услуги	Значи- тельные	Умерен- ные	Незначи- тельные	Никаких
Изготовление/ производство	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Выставление счетов / администрирование	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Управление информацией	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Контроль над запасами	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Время поставки / методы поставок	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Маркетинг/ коммуникации	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Каналы продаж	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Потребительский сервис	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Другие: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Регулирование/сертификация

тенденции в регулировании вашей отрасли

Некоторые регулятивные меры приводят к возникновению новых стратегических возможностей. В области экологии, например, усиление государственного регулирования привело к появлению новых отраслей, имеющих дело с организацией сбора и переработкой отходов и экономией энергии

Насколько чувствительна отрасль к государственному регулированию?

Сфера чувствительности	Сильно	Умеренно	Слабо	Никак
Экономическое окружение компании	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Здоровье и безопасность	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Международная торговля	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Стандарты деятельности	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Лицензирование/сертификация	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Справедливая торговля / отмена государственного регулирования	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Претензии к товару	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Другая: _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Каналы поставок и распределения

Имеющиеся в вашей отрасли каналы поставок и распределения способны сыграть решающую роль в успехе компании. В одних отраслях трудно получить доступ к дистрибуции, в других ограничено число надежных источников поставок. В отраслях, где число поставщиков и дистрибьюторов велико, соответствующие затраты находятся на низком уровне и вход на рынок не представляет проблем.

Отраслевые каналы поставок и распределения

Количество каналов	Самостоятельный контроль			
	Большое	Умеренное	Незначительное	
Поставки	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Распределение	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**Финансовые
характеристики**

торговые надбавки, комиссионные сборы и Прибыльность продаж => бюджет

Финансовые характеристики **\$**

Внесите в этот бланк данные, отражающие финансовые стандарты в вашей отрасли.

Стандартная розничная торговая надбавка: _____

Стандартная наценка на товары дистрибьютора: _____

Типичный процент комиссионного платежа за продажу: _____

Стандартные условия кредита: _____

Период хранения запасов: _____

Средний процент рентабельности продаж: _____

Прочие релевантные финансовые характеристики: _____

Доля (в процентах) в цене товара, приходящаяся на:

стоимость рабочей силы: _____ постоянные издержки: _____

стоимость материалов: _____ расходы на перевозку: _____

стоимость энергии: _____ другое: _____

Учет глобальных тенденций развития

Глобализация. Влияние на развитие отрасли

Частью какой глобальной отрасли является ваша компания? _____

Каков темп роста вашей отрасли в странах, где вы планируете вести бизнес? _____

В каких странах ваша отрасль является новой или быстро развивающейся? _____

В каких странах ваша отрасль характеризуется высоким темпом роста? _____

Существует ли сезонный фактор в странах, где вы собираетесь вести операции или которые будут служить для вас источником поставок или рабочей силы? _____

Используют ли другие страны технологические новшества в вашей отрасли? _____

Является ли государственное регулирование существенным фактором для вашей отрасли в странах, где вы будете заниматься бизнесом? _____

Какие другие тенденции или перемены влияют на развитие вашей отрасли в глобальном масштабе? _____

Являются ли иностранные поставщики существенным источником поставок вам сырья или оборудования? _____

Если вы продаете свою продукцию или услугу за границу, существуют ли налаженные каналы сбыта, которые помогут вам выйти на ваш рынок? _____
