



Шведский
институт
менеджмента
www.ifl-russia.ru

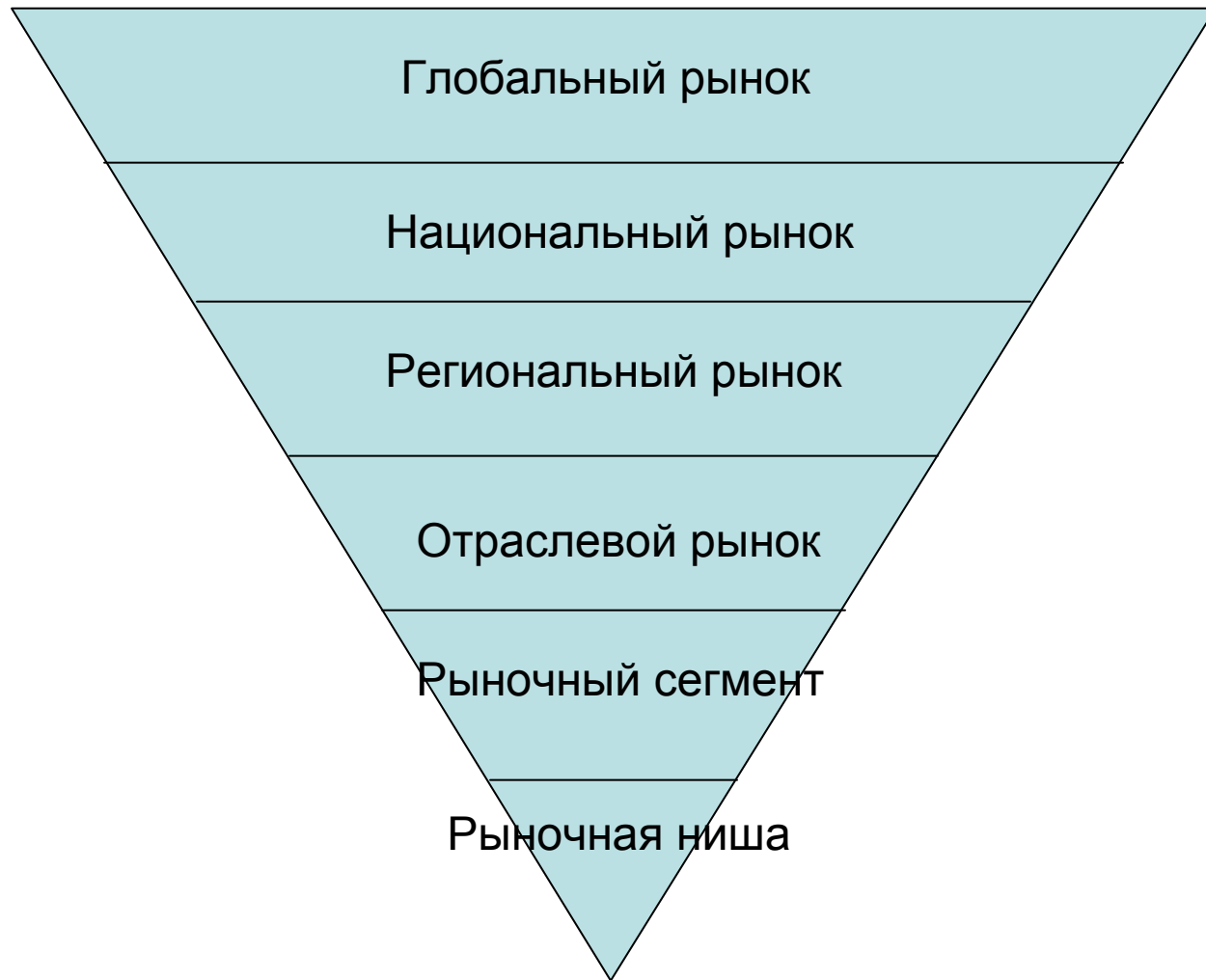
Анализ рынка



РЫНОК в маркетинге

– это совокупность потребителей, предъявляющих денежный спрос на совокупность продуктов или продукт определенного вида.

Масштаб рынка



Измерение емкости рынка

- По количеству потребителей
- В натуральном выражении
- В денежном выражении



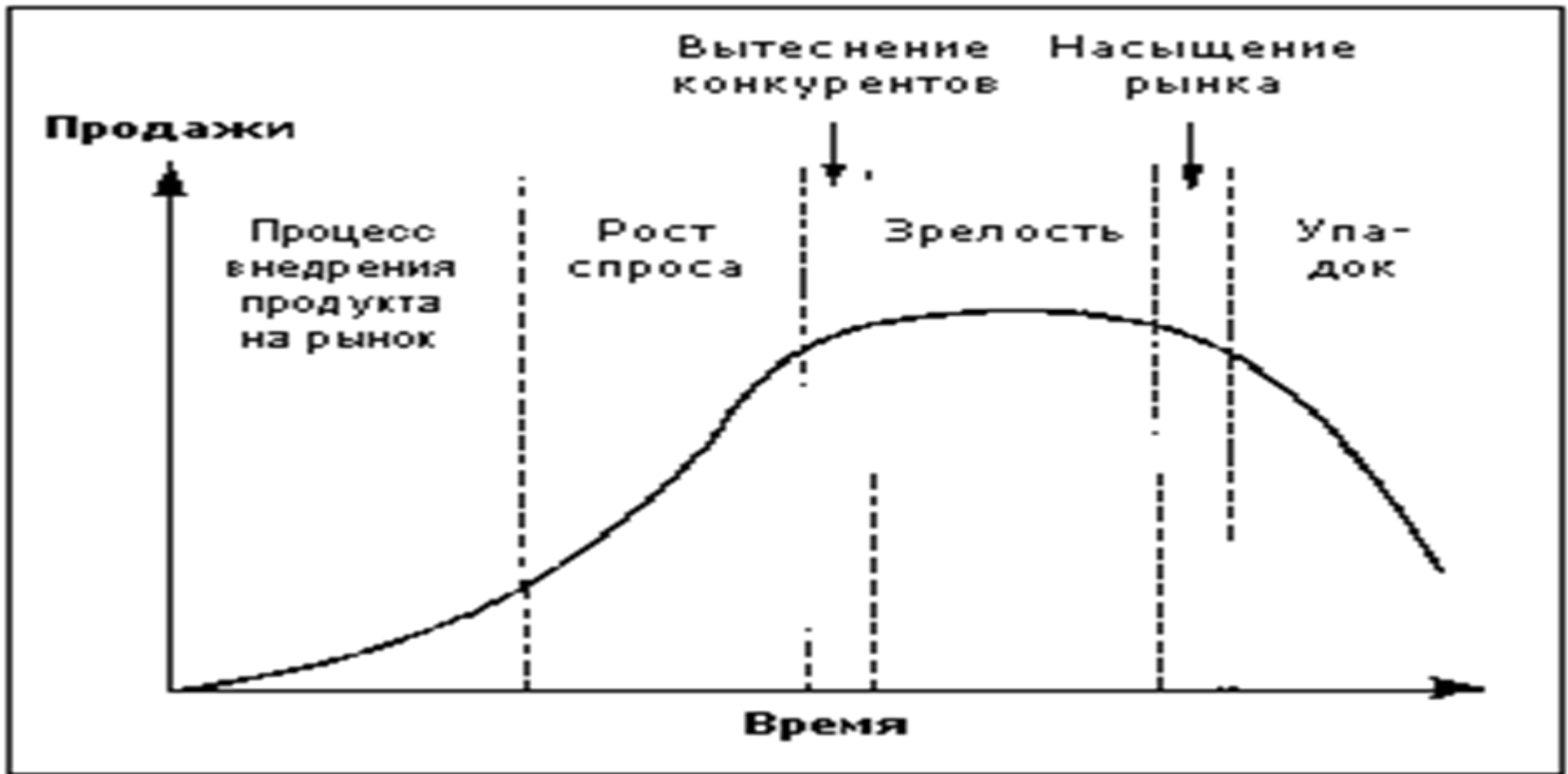
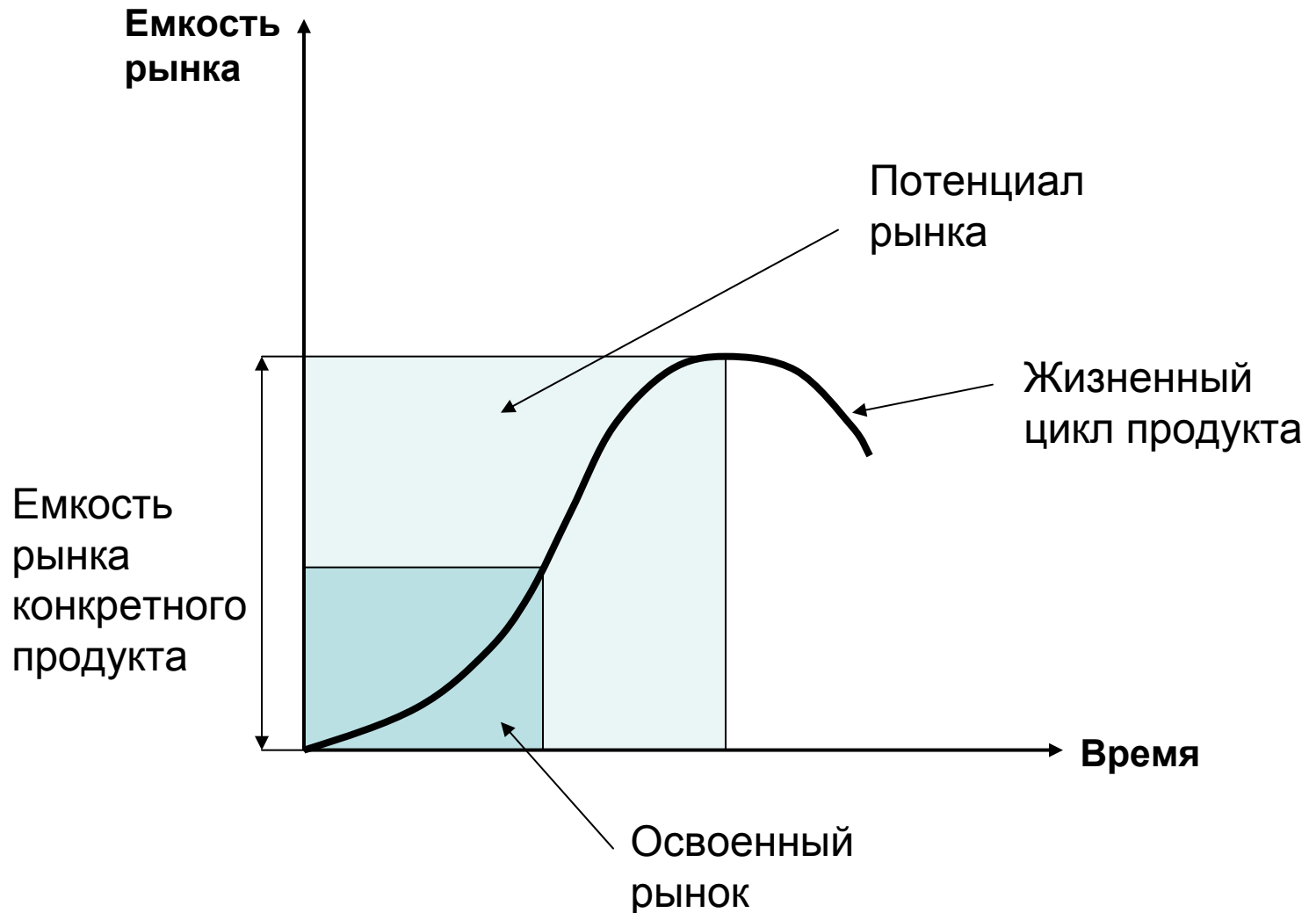


Рисунок 3.1. Жизненный цикл продукта

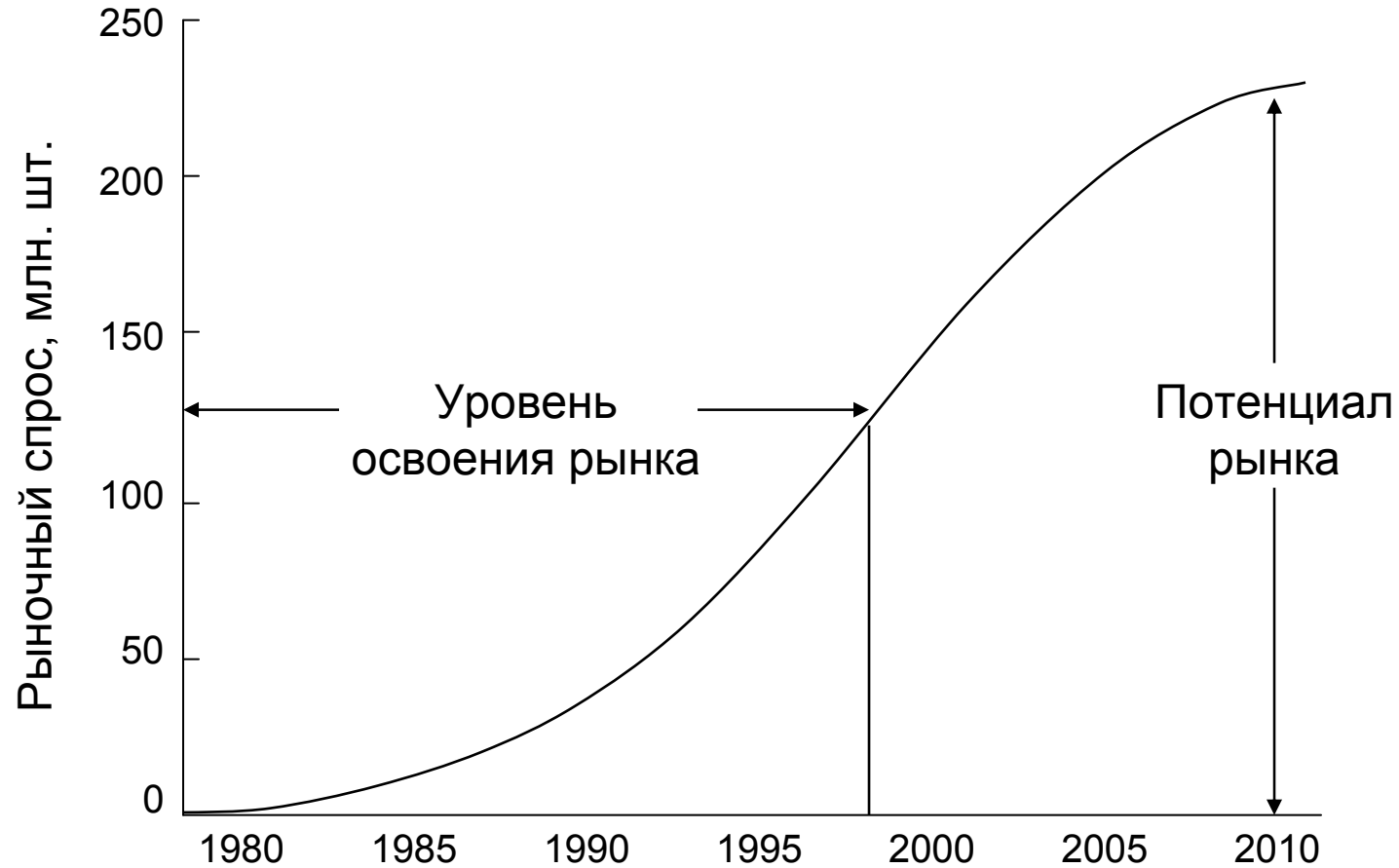


Потенциал рынка

Потребность → Продукт (Монопродуктовый рынок)

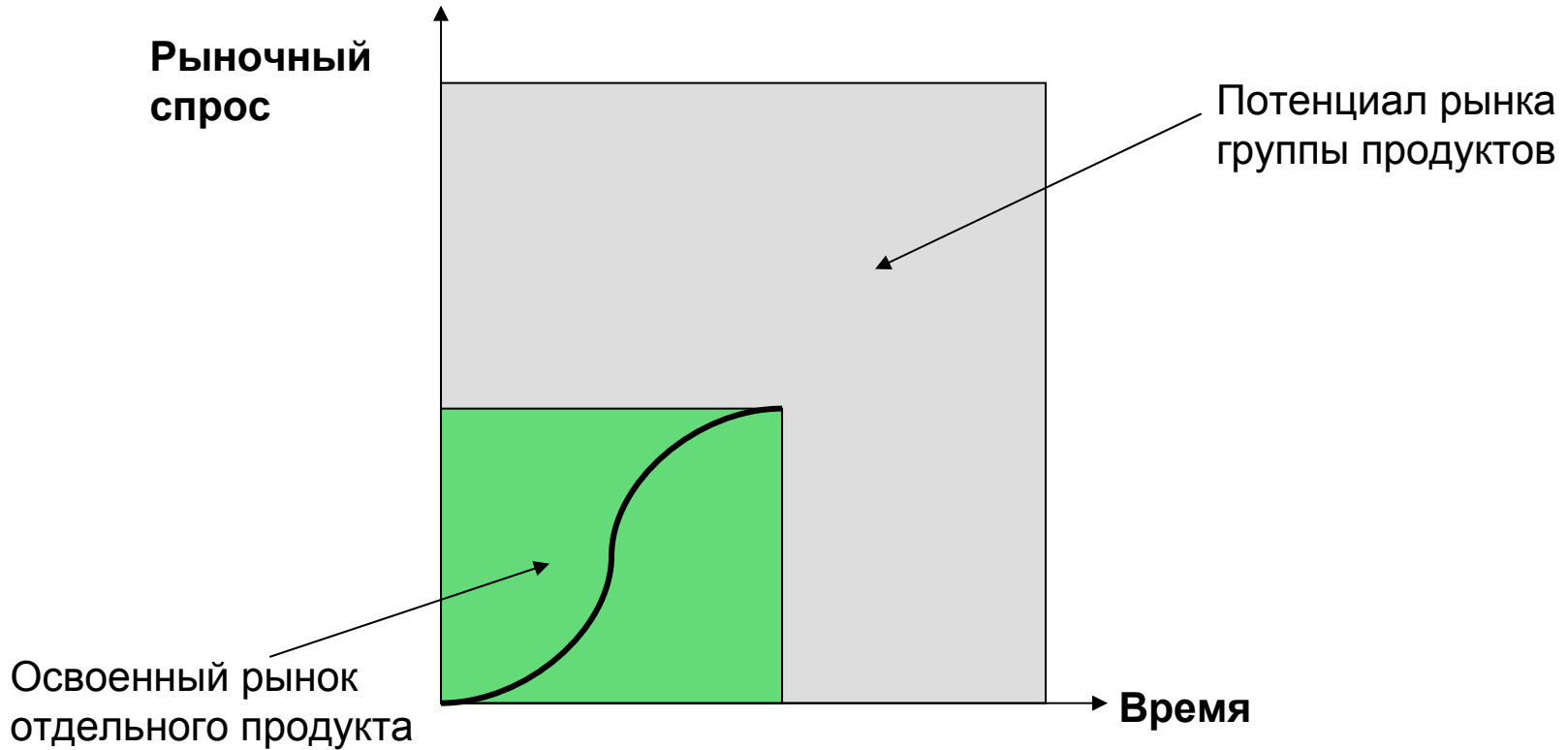


Развитие рынка персональных компьютеров

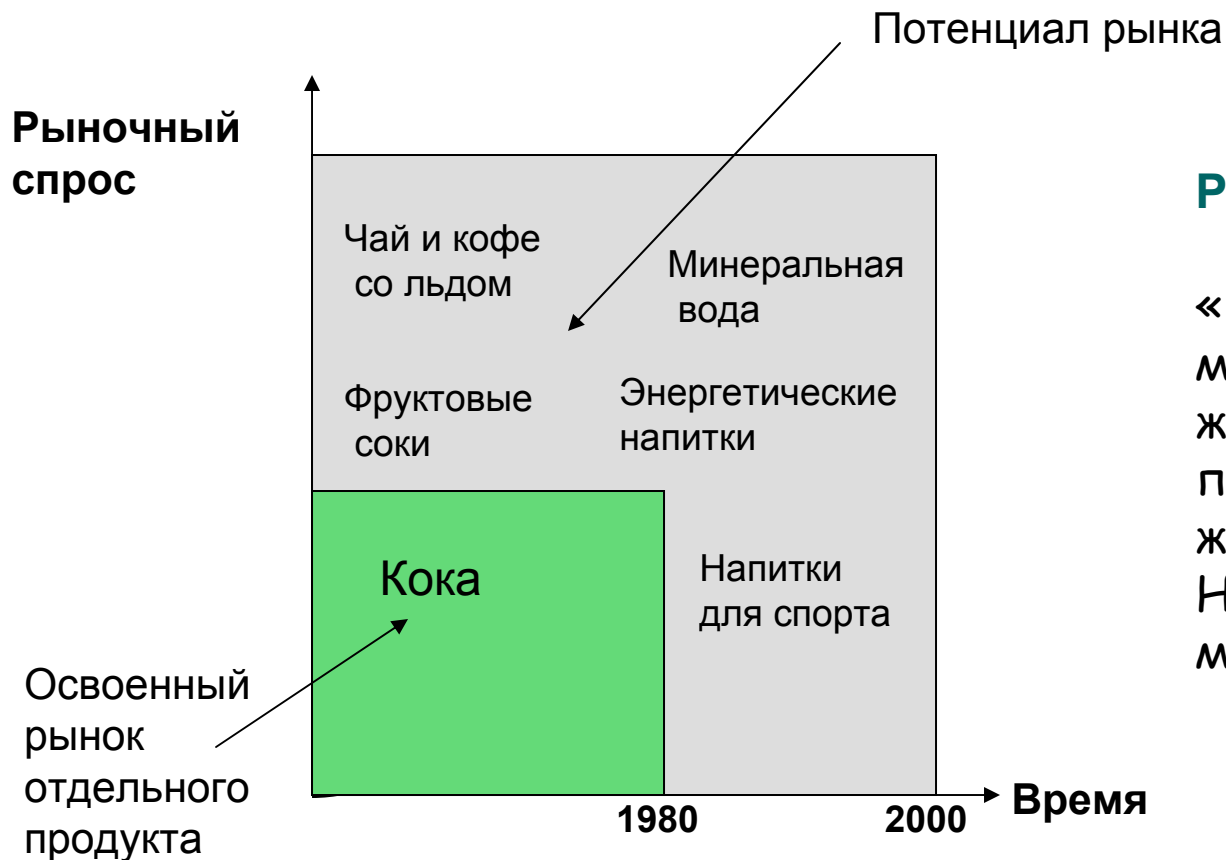


Потенциал рынка

Потребность → Группа продуктов (Мультипродуктовый рынок)



Рынок безалкогольных напитков



Роберто Гойзуэта:

«Кока Кола составляет менее 2 из 64 унций жидкости, ежедневно потребляемой 4,4 млрд. жителей земного шара. Наши враги - кофе, молоко, чай, вода.»



Матричный метод анализа рынка

Сегментация по сфере применения										
Рынки	Бег	Тренировки	Ходьба	Бейсбол	Баскетбол	Амер. футбол	Гольф	Туризм	Футбол	Теннис
Мужчины										
Обувь										
Одежда	■	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	→
Снаряжение	┆									
	┆									
Женщины	┆									
Обувь	┆									
Одежда	┆									
Снаряжение	┆									
	┆									
Дети	┆									
Обувь	┆									
Одежда	┆									
Снаряжение	┆									

Сегментация по видам продуктов

Зрелость рынка

Незрелый рынок

- Высокие темпы роста
- Однородный спрос
- Преобладание первичного спроса



Зрелый рынок

- Низкие темпы роста
- Сегментированный спрос
- Преобладание замещающего спроса





Рыночные стратегии

- Стратегия ориентации на рынок массового продукта
- Многопродуктовая (мульти сегментная) стратегия
- Моносегментная стратегия
- Нишевая стратегия



Рыночный спрос

– количество денег, которое может быть потрачено на приобретение определенного вида товара определенной группой потребителей в указанном районе, в данный период времени, при данных экономических условиях, в рамках конкретной маркетинговой программы.



Факторы рыночного спроса

Внутренние:

- Качество продукта
- Новизна продукта
- Цена продукта
- Затраты на маркетинг

Внешние:

- Доходы потребителей
- Налоги
- Темпы экономического роста
- Привлекательность товаров конкурентов
- Наличие и привлекательность товаров-заменителей



Задание для слушателей



Шведский
институт
менеджмента
www.ifl-russia.ru

1. Дайте развернутую характеристику рынка, на котором вы работаете или предполагаете работать:
 - Масштаб рынка
 - Емкость рынка
 - Потенциал рынка
 - Скорость роста рынка
 - Состояние конкуренции на рынке
2. Обоснуйте выбранную вами рыночную стратегию.



