

8. Конкуренция и конкурентное преимущество

При подготовке этого раздела вы должны сообщить вашим потенциальным партнерам и инвесторам все, что вы знаете о конкуренции на рынке, куда должна поступить ваша продукция и ответить на следующие вопросы:

1. Кто является крупнейшим производителем аналогичных товаров?
2. Как обстоят дела конкурентов: с объемами продаж; с доходами; с внедрением новых моделей; с техническим сервисом (если речь идет о машинах и оборудовании); много ли внимания они выделяют рекламе своих изделий и какие средства вкладывают в нее?

8. Конкуренция и конкурентное преимущество

3. Что собой представляет их продукция: основные характеристики, уровень качества, дизайн, мнение покупателей?
4. Каков уровень цен на продукцию конкурентов? Какова их политика цен?

Отвечая на вопросы, не забывайте первый принцип финансового рынка – чем рискованнее вложение, тем дороже оно обходится заемщику, потому что инвестор закладывает в ставку процента резерв страхования от неудач.

Ваша осведомленность о конкурентах поможет вам создать новый или улучшенный продукт или добиться выгодного положения на рынке

8. Конкуренция и конкурентное преимущество

Сопоставьте конкурирующие продукты и услуги с точки зрения доли на рынке, качества, цены, характеристик, надежности, сроков поставок, послепродажного обслуживания, гарантии и других особенностей, используя для этого таблицу:

Сравнительные характеристики конкурентов

	Конкурент	Особенности ваших товаров
Качество товаров		
Эксклюзивность обслуживания		
Более низкие цены		
Широта продуктовой линии (номенклатура)		
Надежность продукта		
Своевременность поставки		
Местоположение продавца и удобство доставки продукта		
Гарантия в послепродажном обслуживании		
Консультативная помощь в использовании продукта		
Продукт в полном комплекте, а не по частям		
Вежливое обращение		

8. Конкуренция и конкурентное преимущество

При анализе таблицы имейте в виду, что если ваши преимущества по сравнению с конкурентами **выше лишь на 30 %**, это означает, что ваши товары или услуги имеют достаточно низкую конкурентоспособность и вам необходимо позаботиться об изучении существующего опыта.

Внимательно изучите то, как работают ваши конкуренты, Если ваши преимущества находятся **в пределах 30-50 %** , то вы занимаете на рынке относительно устойчивое положение.

При 50-70 % -ном преимуществе над конкурентами вы работаете успешно и вам необходимо наращивать имеющиеся достижения.

70 % и выше – вы уже можете контролировать рынок данной продукции (услуги), вам нужно думать о том, как сохранить завоеванные позиции.

8. Конкуренция и конкурентное преимущество

Проведите сравнительный анализ достоинств фирмы с конкурентами, оценивая ваш ранг и ранг вашего главного конкурента на принципах – низкое, хорошее, заполняя таблицу

Сравнительный анализ достоинств фирмы с конкурентами

Область сравнения	РЫНОК А		РЫНОК Б		РЫНОК В	
	вы	конкурент	вы	конкурент	вы	конкурент
Реклама						
Размещение						
Продукты						
Услуги						
Цены						
Имидж						

9. Организация внешнеэкономической деятельности

Структура раздела по организации внешнеэкономической деятельности (ВЭД) имеет следующий вид :

- ❖ Организационное обеспечение (ВЭД)
- ❖ Экономическое обеспечение (ВЭД)
- ❖ Косвенные формы выхода на внешний рынок

9. Организация внешнеэкономической деятельности

**Организационное обеспечение ВЭД
предполагает ответы на следующие вопросы:**

1. Каков порядок регистрации вашего предприятия как участника ВЭД?
2. Конкретизируйте способы и сроки оформления тех возможностей, которые вы получили в результате регистрации предприятия (открытие валютного счета, формирование лицензионных запросов и т.д.).
3. Каковы порядок декларирования имущества и товаров, проходящих через границу, сроки оформления и прохождения товаров применительно к вашему бизнесу?

9. Организация внешнеэкономической деятельности

4. Каковы особенности лицензирования в вашей области бизнеса?
5. Учтите особенности законодательства страны-партнера бизнеса, которым вы занимаетесь, а также международные правила торговли и денежного регулирования

9. Организация внешнеэкономической деятельности

Экономическое обеспечение (ВЭД)

предполагает ответы на следующие вопросы:

1. Учтите специфику ведения расчетов в области бизнеса, в котором вы занимаетесь, при выходе на внешний рынок.
2. Выясните особенности регулирования бартерных операций в вашей области бизнеса при выходе на внешний рынок.
3. Каковы уровни таможенного тарифа, правила взимания и размеры таможенных пошлин, является ли благоприятным режим тарифного регулирования в данной области бизнеса и каковы его перспективы?

9. Организация внешнеэкономической деятельности

Косвенные формы выхода на внешний рынок предполагают получение следующей информации:

1. Установите фирму-посредника, через которую вы будете осуществлять внешнеторговые операции (в случае необходимости).
2. Является ли приемлемой формой выхода на внешний рынок организация совместного предприятия? При положительном ответе на этот вопрос следует дополнительно рассмотреть вопросы финансирования, налогообложения, распределения прибыли, условий функционирования и т.д. совместного предприятия.

10. Стратегия маркетинга

Можно предложить следующую схему написания данного раздела:

- ❖ Общая стратегия маркетинга.
- ❖ Ценообразование.
- ❖ Тактика реализации продукции.
- ❖ Политика по послепродажному обслуживанию и предоставление гарантий.
- ❖ Реклама и продвижение товара на рынок
- ❖ Реализация продукции

10. Стратегия маркетинга

Правильно составить данный раздел вам помогут ответы на следующие вопросы:

По ценовой стратегии

- ❖ Каким образом можно рассчитать цену для каждого продукта?
- ❖ Какие факторы должны приниматься во внимание при установлении цены?
- ❖ Обратите внимание на затраты по транспортировке, складированию и хранению товаров.
- ❖ Чувствителен ли ваш товар к колебаниям цен?
- ❖ Какова стратегическая линия поведения фирмы на рынке?

10. Стратегия маркетинга

По стратегии в области качества

- ❖ Какие характеристики качества товара являются наиболее привлекательными для покупателей?
- ❖ Определите тенденции изменения привлекательности вашего товара по этим характеристикам.
- ❖ Какова стратегическая линия поведения вашей фирмы на рынке в области качества продукции?

10. Стратегия маркетинга

По дизайну

- ❖ Какова стратегическая линия поведения вашей фирмы в области дизайна продукции?
- ❖ Как организовано дизайнерское обслуживание вашего товара?
- ❖ Предусмотрены ли вами специальные статьи расходов на такое обслуживание?

10. Стратегия маркетинга

По стратегии продвижения

- ❖ Какие формы товарной рекламы вы намерены использовать?
- ❖ Необходимо ли специальное изучение будущих пунктов торговли?

10. Стратегия маркетинга

По стимулированию сбыта и сервисному обслуживанию

- ❖ Какие специальные услуги клиентам вы собираетесь оказывать?
- ❖ При каких условиях гарантируется возврат денег клиентам?
- ❖ Будете ли вы использовать премиальные виды продаж?

10. Стратегия маркетинга

По дополнительным требованиям к товару

- ❖ Может ли потенциальный покупатель наглядно познакомиться с вашим товаром, прежде чем он сделает заказ на определенный объем?
- ❖ Какие специальные знаки должны быть на продукции?
- ❖ Какие запасные части должны быть переданы вместе с ней и какие могут потребоваться в дальнейшем? Каковы способы их получения покупателем?
- ❖ Может ли товар быть получен покупателем в установленное время в назначенном месте?

10. Стратегия маркетинга

По дополнительной информации о вашем товаре

- ❖ **Необходима ли дополнительная информация, расширяющая знания потенциальных покупателей о вашем товаре?**
- ❖ **В какой форме необходимо представить такую информацию?**
- ❖ **Каковы способы распространения этой информации?**

10. Стратегия маркетинга

По дополнительным требованиям к условиям продаж

- ❖ Каковы дополнительные требования к способам и времени транспортировки вашего товара?
- ❖ Требуется ли организация специального послепродажного обслуживания?

10. Стратегия маркетинга

По продлению жизненного цикла товара

- ❖ С помощью модификаций товара.
- ❖ Путем поиска новых сфер использования товара и привлечения новых потребителей.
- ❖ Если вы намерены в дальнейшем модифицировать ваш продукт, покажите приблизительный вид модифицированной кривой

11. Прогнозирование продаж

Для составления данного раздела необходимо:

- ❖ Наметить приблизительную линию продаж на рынках А,В,С для каждого типа (таблица);
- ❖ Определить приблизительную цену продаж для каждого продукта для рынков А, В, С;
- ❖ Рассчитать общий объем продаж в денежном выражении для каждого из рынков (количество проданной продукции умножить на цену);
- ❖ Установить общий объем продаж для всех рынков для каждого года;
- ❖ Рассчитать общие объемы продаж за 5 лет для каждого рынка

11. Прогнозирование продаж

Расчет объема продаж

Виды рынков	Годы								Общие продажи
	1-й				2-й	3-й	4-й	5-й	
	кварталы								
	I	II	III	IV					
Рынок А									
Продано продукции, единиц									
Цена за единицу продукции									
Всего продаж									
Рынок В									
Продано продукции, единиц									
Цена за единицу продукции									
Всего продаж									
Рынок С									
Продано продукции, единиц									
Цена за единицу продукции									
Всего продаж									
Общие продажи по всем рынкам									

12. Переменная составляющая затрат на продажи

Для составления данного раздела необходимо:

- ❖ Определить приблизительную линию объема продаж в натуральных единицах на рынках А, В, С в каждом году (таблица);
- ❖ Найти приблизительную величину затрат на единицу товаров, предназначенных для продаж на рынках А, В, С в каждом году;
- ❖ Установить общие затраты для каждого рынка;
- ❖ Вычислить суммарные затраты по продуктам по всем рынкам для каждого года (таблица);
- ❖ Определить пятилетние затраты по товарам для каждого рынка (таблица).

Издержки подготовки производства

Перечень единовременных расходов	Величина затрат
<p>Единовременные расходы:</p> <p>Оборудование, машины, движимое имущество</p> <p>Стоимость установки оборудования</p> <p>Благоустройство территории производственных помещений</p> <p>Начальные запасы сырья и материалов</p> <p>Различного рода залоги и единовременные затраты</p> <p>Плата за лицензии и допуски</p> <p>Регистрация и презентация</p> <p>Наличность для неожиданных расходов</p> <p>Итого единовременных расходов</p>	

Издержки подготовки производства

Перечень расходов	Величина затрат
Текущие (повторяющиеся) расходы за три месяца:	
Вся зарплата и вознаграждения	
Аренда	
Реклама	
Транспортные расходы	
Эксплуатационные расходы	
Страхование всех типов	
Залоги (государственные и местные)	
Выплата процентов по займам и кредитам	
Ремонт и профилактика	
Расходы по подготовке персонала	
Неожиданные расходы	
Общие текущие расходы за три месяца	
Итого издержек подготовки производства	