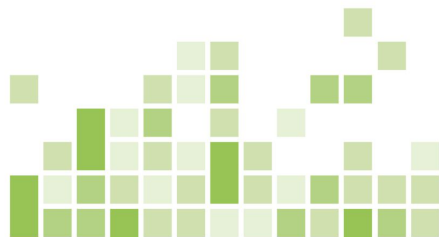




ТОМСКИЙ
ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ



Практика 1

Анализ рынка

Преподаватель:

Селевич Татьяна Семеновна

к.э.н., доцент каф. Инженерного предпринимательства ИСГТ ТПУ

2016

ЦЕЛИ, ЗАДАЧИ ПРАКТИКИ 1

- практическое применение знаний по теме «Маркетинговый анализ»,
- получения опыта индивидуального исследования тенденций развития рынка.

Результат:

Умение выполнить анализ тенденций развития рынка (PESTLE-анализ);
Умение рассчитать емкость рынка и долю рынка;
Умение анализировать другие показатели рынка (сезонность, динамику, эластичность).

Анализ рынка необходим:

- При открытии бизнеса;
- При выведении нового товара на рынок;
- При планировании инвестиционных программ.

Оформляется в виде:

- Аналитического отчета,
- Деловой правки;
- Части бизнес-плана;
- Маркетингового обоснования.

Анализ рынка включает:

- Анализ внешних факторов PESTLE
- Анализ емкости рынка и доли рынка
- Анализ динамики развития рынка
- Анализ сезонности рынка

1. Маркетинговая среда и PESTLE-анализ



PESTLE-анализ (иногда обозначают как PEST, STEP) – это маркетинговый инструмент, предназначенный для выявления факторов и трендов, воздействующих на работу отрасли и предприятия:

- **политических** (Political) – существующие и возможные воздействия государственной и международной политики,
- **экономических** (Economic) – влияние региональной, национальной и мировой экономик,
- **социальных** (Social) – различные формы воздействия общества,
- **технологических** (Technological) – влияние технического прогресса и эффекта появления новых технологий,
- **правовых** (Legal) – воздействие национального и международного законодательно-нормативного регулирования;
- **экологических** (Ecological) – местные, государственные и мировые экологические проблемы.

Декомпозиция факторов в тренды

Политические факторы	Влияние экономики
<ul style="list-style-type: none">• Текущее законодательство на рынке• Будущие изменения в законодательстве• Европейское/международное законодательство• Регулирующие органы и нормы• Правительственная политика, изменение• Государственное регулирование конкуренции• Торговая политика• Ужесточение госконтроля за деятельностью бизнес-субъектов• Выборы на всех уровнях власти• Финансирование, гранты и инициативы• Группы лоббирования/давления рынка• Международные группы давления• Экологические проблемы• Прочее влияние государства в отрасли	<ul style="list-style-type: none">• Экономическая ситуация и тенденции• Динамика ставки рефинансирования• Уровень инфляции• Инвестиционный климат в отрасли• Заграничные экономические системы и тенденции• Общие проблемы налогообложения• Налогообложение, определенное для продукта / услуг• Сезонность / влияние погоды• Рынок и торговые циклы• Платежеспособный спрос• Специфика производства• Товаропроводящие цепи и дистрибуция• Потребности конечного пользователя• Обменные курсы валют• Основные внешние издержки<ul style="list-style-type: none">○ Энергоносители○ Транспорт○ Сырье и комплектующие○ Коммуникации

Декомпозиция факторов в тренды

Социокультурные тенденции	Технологические инновации
<ul style="list-style-type: none">• Демография• Изменения законодательства, затрагивающие социальные факторы• Структура доходов и расходов• Базовые ценности• Тенденции образа жизни• Бренд, репутация компании, имидж используемой технологии• Модели поведения покупателей• Мода и образцы для подражания• Главные события и факторы влияния• Мнения и отношение потребителей• Потребительские предпочтения• Представления СМИ• Точки контакта покупателей• Этнические / религиозные факторы• Реклама и связи с общественностью	<ul style="list-style-type: none">• Развитие конкурентных технологий• Финансирование исследований• Связанные / зависимые технологии• Замещающие технологии/решения• Зрелость технологий• Изменение и адаптация новых технологий• Производственная емкость, уровень• Информация и коммуникации, влияние интернета• Потребители, покупающие технологии• Законодательство по технологиям• Потенциал инноваций• Доступ к технологиям, лицензирование, патенты• Проблемы интеллектуальной собственности

Декомпозиция факторов в тренды

Правовые факторы	Экологические факторы
<ul style="list-style-type: none">• Законы государства• Деятельность правоохранительных органов• Судебная система	<ul style="list-style-type: none">• Управление ресурсами• Доступные виды энергии• Здоровье и безопасность работников• Изменения климата

Пример:

Таблица 2. ДЕТАЛЬНЫЙ PEST-АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА РАЗВИТИЕ МОЛОЧНОЙ ОТРАСЛИ В РОССИИ

ФАКТОРЫ	ВЕРЯТНОСТЬ	ВЛИЯНИЕ
ПОЛИТИЧЕСКИЕ Законодательство. Изменение нового технического регламента на молоко и молочную продукцию	Высокая	Угроза несоответствия выпускаемой продукции новым требованиям
Вступление России в ВТО	Высокая	Вытеснения с рынка российских производителей
Импорт сухого молока и молочной продукции	Высокая	Снижение стоимости сырого молока на российском рынке. Снижение стоимости молочной продукции на российском рынке
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ Изменение курса иностранных валют	Высокая	Убытки от изменений в курсах валют
Уровень инфляции	Средняя	Падение потребительского спроса. Изменение предпочтений потребителей, переход на более дешёвую продукцию
Молочные хозяйства. Цены на продукцию естественных монополий	Высокая	Увеличение себестоимости продукции, убытки
Изменение процентных ставок по кредитам	Высокая	Увеличение себестоимости продукции, убытки
СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ Рост доходов населения	Средняя	Рост интереса к новым, инновационным продуктам
Повышение потребительской образованности населения	Средняя	Предпочтение натуральным товарам
ОТРАСЛЕВЫЕ Сезонное колебание спроса на сырое молоко и молочную продукцию	Высокая	Убытки от реализации продукции. Простой производственных мощностей. Недостаток сырья
Транспортировка и качество сырья	Высокая	Выпуск некачественной продукции. Потеря доверия потребителей
Изменение рыночной цены на сырое молоко	Высокая	Рост затрат на производство продукции. Продажа сырья ниже себестоимости

Источник: анализ рабочей группы Euroresearch & Consulting.

Проблема:

Про PESTLE-анализ написано много научных публикаций, но в основном в них указывается просто перечень факторов внешней среды, способных повлиять на компанию и продажу ее продуктов.

В данной практической работе будет рассмотрен более точный метод выявления важности факторов внешней среды, основанный на учете удельного веса каждого тренда.

PESTLE-анализ по шагам

1. На первом этапе проводится мозговой штурм среди экспертов, в ходе которого накидывается масса трендов по каждому виду факторов (P – политические, E – экономические, S – социальные, T – технические, L – правовые, E – факторы окружающей среды). Таблица для учета трендов может выглядеть как таблица 1.

Таблица 1. Учет трендов факторов окружающей среды

<u>Environmental (ecological) factors</u>		
Код тренда	Суть тренда	Подписи экспертов
ET1	Люди предпочитают наиболее экологически чисты продукты	
ET2	Ухудшение экологической обстановки, следовательно, ухудшение здоровья людей. (В попытках улучшить здоровье люди будут выбирать здоровые продукты)	
ET3	Кедровые орехи – практически неисчерпаемый природный ресурс. Поэтому при производстве не будет ухудшена экология.	
ET4	Создание кедровых лесопосадок в собственности фирмы для гарантии качества сырья	
ET5	Сокращение площадей лесных массивов	
ET N...		

PESTLE-анализ по шагам

2. Затем каждый эксперт выбирает по одному или два тренда в каждом факторе, который наиболее вероятно будет влиять на наш продукт, и ставит свою подпись.
3. Составляется общая сводная таблица из наиболее популярных среди экспертов трендов (таблица 2). При описании тренда необходимо указать источники вторичной информации, которые будут подтверждением собранной информации.

Таблица 2. Таблица PESTLE-анализа

		A	B	C	D=A*B*C
Фактор	Тренд (источник тренда)	Характер влияния (+1/-1)	Сила влияния тренда (1-5 баллов)	Устойчивость тренда (1-5 баллов)	Важность тренда
P					
E					
S					
T					
L					
E					

PESTLE-анализ по шагам

4. На следующем этапе производится оценка характера влияния тренда на продажу продукта. Характер влияния может быть двух видов: положительный и отрицательный. Нейтральный характер влияния не рассматривается, так как в этом случае тренд не действует на продукт, и нас не интересует.
5. Сила влияния тренда устанавливается, исходя из количества подписей экспертов. Подписи конвертируются в баллы согласно пропорции: 5 баллов, если все эксперты выбрали данный тренд.
6. Устойчивость тренда определяем по пятибальной шкале, ориентируясь на мнение экспертов.

PESTLE-анализ по шагам

7. Важность тренда определяется из произведения характера влияния тренда на его силу и устойчивость. Итоговая таблица может выглядеть следующим образом (Табл. 3).

Таблица 3. Пример PESTLE-анализа рынка Сингапура

	Фактор	Тренд	Характер влияния	Сила влияния	Вероятность сохранения	Итог (Значимость тренда)
POLITICAL	Роль политического лидера	Сильное вмешательство государства в бизнес (правящая "Народная партия действия" доминирует во всех областях политической и общественной жизни)	-1	4	5	-20
	Налоговая политика (тарифы и льготы)	Низкие налоговые ставки, большое количество льгот	+1	5	4,5	+22,5
	Свобода информации и независимость СМИ	Цензура	-1	4	5	-20

PESTLE-анализ по шагам

ECONOMICAL	Уровень безработицы	В последние три года уровень безработицы не превышал 2%	+1	4	4,5	+22,5
	Уровень развития предпринимательства и бизнес-среды	1-е место было присуждено Сингапуру в 2015 году в рейтинге удобства для ведения бизнеса <u>Doing Business</u>	+1	5	4,5	+22,5
	Конкуренция	Стабильно высокий уровень конкуренции, рост количества новых предприятий	-1	5	5	-25
	Уровень располагаемых доходов населения	Самое богатое по уровню доходов населения государство	+1	5	5	+25
SOCIO-CULTURAL	Отношение к импортным товарам и услугам	Положительное отношение	+1	4,5	5	+22,5
	Образ жизни и привычки потребления	Большая часть населения вегетарианцы; придерживаются здорового образа жизни.	+1	5	5	+25
	Отношение к натуральным и экологически-чистым продуктам	Тщательно следят за качеством и натуральностью продукции	+1	5	5	+25

PESTLE-анализ по шагам

TECHNOLOGY	Развитие и проникновение интернета, развитие мобильных устройств	73% населения Сингапура пользуются Интернетом (создают компании, оформляют паспорт или визу, совершают покупки и т.д.)	+1	4,5	5	+22,5
	Доступ к новейшим технологиям	В Сингапуре ежегодно появляется множество высокотехнологичных инновационных продуктов	+1	4	5	+20
LEGAL	Многочисленные государственные программы поддержки бизнеса	За 2014 год в Сингапуре было открыто на 489 малых предприятий больше, чем в 2013	+1	5	5	+25
ENVIRONMENTAL	Уровень загрязненности воздуха	Уровень загрязнения воздуха преодолел критическую отметку в 320 единиц и характеризуется как "опасный"	+1	4	4	+16
	Уровень заболеваемости	Растет уровень заболеваемости лихорадкой Денге, рак, гипертония, повышенный холестерин	+1	4	4	+16

PESTLE-анализ по шагам

8. Далее необходимо выбрать **самые значимые тренды** (не более 10), ориентируясь на самый высокий результат (знак показывает направленность влияния, поэтому ориентируемся только на модуль числа).

9. После этого выбранные тренды разделяются на **возможности и угрозы**: положительные высокосignимые тренды образуют рыночную возможность, а отрицательные – рыночную угрозу.

10. На основе полученной информации делается утверждение о вероятных действиях компании в данных условиях макросреды. Полученный контент является основой для заполнения полей **матрицы SWOT-анализа** «возможности» и «угрозы».

2. Анализ емкости рынка и рыночной доли

Ёмкость рынка – это возможный объем реализации товара при определенном уровне цен.

Показатель ёмкости рынка исчисляется в деньгах (рублях) – то есть это максимальная сумма, которую может получить продавец (продавцы) на данном рынке при неизменных обстоятельствах (объеме предложения, уровне спроса т.д.).

В отдельных случаях ёмкость рынка может быть выражена в натуральном выражении. Но если заказчик хочет видеть, какую он может выручить сумму, то формулу расчета ёмкости рынка можно представить так:

$$E = K \times C$$

где: E – ёмкость рынка,

K – количество товара,

C – цена товара.

2. Анализ емкости рынка

Существует множество разных рынков и методов определения их ёмкости.

Прежде всего, рынки можно разделить по размеру (рис. 1).

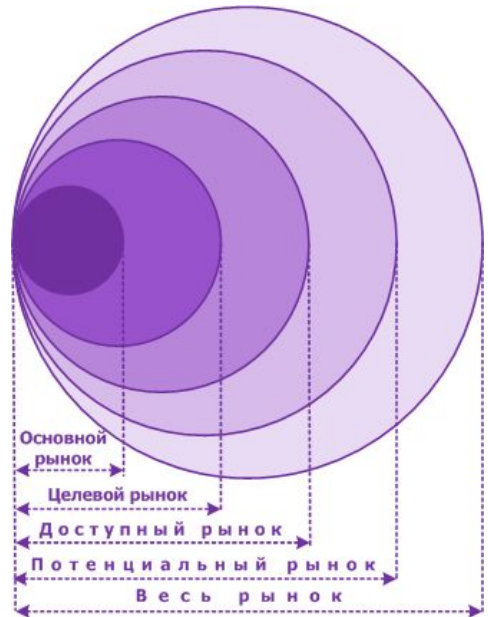


Рисунок 1– Типы рынка

2. Анализ емкости рынка

Всего видов рынка пять, а самым большим является **«весь рынок»**.

Это может быть, как общая масса денег, которая может быть потрачена на все виды товаров и услуг, так и рынок одного определенного товара. Во втором случае подразумеваются все деньги, которые могут быть потрачены на данный товар.

«Потенциальный рынок» всегда меньше всего рынка, поскольку далеко не все возможные покупатели станут потенциальными покупателями. Под потенциальными покупателями имеются ввиду те, которые в силу тех или иных обстоятельств могут приобрести товар.

2. Анализ емкости рынка

Доступным является рынок, до которого данный продавец может добраться. Самый простой пример – территориальный.

Целевым рынком является тот, на который мы ориентируем наш товар/услугу. Целевой рынок всегда меньше, чем доступный, поскольку: 1) мы не можем добраться до всех доступных потребителей; 2) Мы нацелены на конкретный сегмент или целевую аудиторию.

Те же потребители, до которых мы уже добрались или можем гарантированно добраться и сделать своими покупателями, относятся к **основному рынку**.

2. Анализ емкости рынка

Существует 3 базовых метода определения ёмкости целевого рынка:

- 1.Метод расчёта ёмкости «снизу вверх»,
- 2.Метод расчёта ёмкости «сверху вниз» и
- 3.Расчёт ёмкости рынка на основе реальных продаж.

2. Анализ емкости рынка

Метод «снизу вверх» является самым распространенным способом расчёта объёма рынка.

Он определяет ёмкость рынка с точки зрения текущего уровня спроса.

Ёмкость рынка по методу «снизу-вверх» равна сумме всех ожидаемых покупок товара целевой аудиторией за расчётный период (на практике принято рассчитывать годовую ёмкость рынка).

2. Анализ емкости рынка

Метод «сверху вниз» предполагает определение размера рынка на основе данных внутренних продаж всех игроков рынка за расчетный период (при невозможности охватить всех игроков – достаточно взять только крупных, составляющих 80-90% продаж рынка).

Информация может быть получена в результате опроса крупных игроков рынка, в результате открытой отчетности, публикуемой игроками некоторых рынков.

2. Анализ емкости рынка

Метод от «реальных продаж» – отслеживание продаж отдельных категорий товаров по реальным чекам покупателей, которые представляют реальные покупки аудитории.

В данном методе используются только крупные сетевые магазины, с которыми заключаются соглашения на предоставления данных. Магазины используются в качестве репрезентативной выборки.

В результате полученные данные можно экстраполировать на территорию всей страны.

В таком методе определения объема рынка невозможно вычленить отдельную аудиторию, но зато можно реально оценить: сколько штук отдельных видов товаров, по каким ценам, в каком объеме продано на рынке за расчетный период

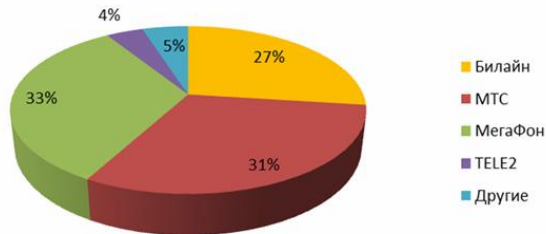
2. Анализ емкости рынка

Рыночная доля – это процент, который приходится на долю продукции с определенной торговой маркой. Характеризует положение компании на рынке относительно конкурентов.

$$\text{Доля рынка по штучным продажам (\%)} = \frac{\text{Штучные продажи (количество)}}{\text{Объем штучных продаж по всему рынку (количество)}} * 100\%$$

На основе регулярного измерения доли рынка можно оценить, как меняются рыночные позиции компании, насколько эффективны ее маркетинговые усилия.

Доля трафика мобильных операторов



Пример расчета емкости и доли рынка

Метод «Снизу вверх»

Компания ТДЛ Экспо (производство ЛДСП), г. Томск
Рынок Новосибирской области

Рынок ЛДСП тесно связан с мебельным рынком.

По данным ВНИИДРЕВ около **90%** всего производимого ЛДСП идет на производство мебели (Источник –<http://vniidrev.balabanovo.ru/dlds/vv1-2015.pdf>).

Поэтому для расчёта потенциальной ёмкости рынка ЛДСП мы будем опираться на данные о потреблении мебели с учётом среднего количества ЛДСП, затрачиваемого при её производстве. Растёт потребление будет производиться на основе данных Росстата.

Пример расчета емкости и доли рынка

Рынок мебели делится на два крупных сегмента: бытовая мебель и мебель для общественных зданий. Оценить потребление мебели для общественных зданий достаточно сложно. Однако многие эксперты сходятся во мнении, что доля этого рынка составляет до **40%** от общего объёма продаж мебели.

Потребители бытовой мебели не имеют ограничений по полу и возрасту, однако в соответствии с рекомендациями Росстата о «Порядке определения величины прожиточного минимума» (Источник -

http://www.gks.ru/bgd/regl/b10_110/lssWWW.exe/Stg/metod.htm)

мебель относится к предметам общесемейного потребления, а значит, единицей потребления будет являться домохозяйство, на которое будет производиться расчёт.

Таблица 1– Расход ЛДСП на бытовую мебель

Виды бытовой мебели из ЛДСП	Норма потребления* (шт.)	Количество ЛДСП** (листов)	Общий расход (листов)
Стол письменный	1	0,5	0,5
Стол обеденный	1	0,5	0,5
Стол компьютерный	1	0,5	0,5
Шкаф вещевой	2	2	4
Шкаф-купе	1	2	2
Кровать	2	1	2
Кухонный гарнитур	1	2	2
Пристенная мебель	2	1	2
Гарнитур для ванной комнаты	1	0,5	0,5
Шкаф-вешалка	1	1	1
Горка	1	2	2
Мебель для детской комнаты	1	2	2
Итого			19

Пример расчета емкости и доли рынка

Предположим, что одно домохозяйство использует все виды мебели из ЛДСП. Срок эксплуатации мебели согласно рекомендации Росстата – **10,5** лет.

*Количество каждого вида мебели рассчитано исходя из средней численности жильцов одного домохозяйства в **2,7** человек, согласно данным Росстата.

Количество листов ЛДСП на производство одного вида мебели оцениваем на основе экспертного опроса производителей мебели (Мебельная фабрика «Грол», Мебельная фабрика «Витра») с учётом того, что площадь одного листа ЛДСП принимается равной **5,05 м².

Пример расчета емкости и доли рынка

В сумме получается, что одним домохозяйством **19** листов ЛДСП используются сроком на **10,5** лет,

следовательно:

1,81 лист ЛДСП приходится на одно домохозяйство в год.

Общее количество домохозяйств в Российской Федерации по данным переписи населения 2010 года: **52 707** тыс. домохозяйств.

Пример расчета емкости и доли рынка

Таким образом, **потенциальная ёмкость рынка бытовой мебели в РФ** равна:

$$\begin{array}{l} \text{Потенциальная} \\ \text{ёмкость рынка} \\ \text{бытовой мебели} \end{array} = \begin{array}{l} \text{Кол-во.} \\ \text{домохозяйств} \end{array} * \begin{array}{l} \text{Среднее} \\ \text{потребление} \\ \text{листов ЛДСП в} \\ \text{год} \end{array} * \begin{array}{l} \text{Площадь} \\ \text{листа} \\ \text{ЛДСП} \end{array}$$

$$52\,707 * 1,81 * 5,05 = \mathbf{481\,768,33} \text{ (тыс. м}^2 \text{ ЛДСП в год)}$$

Пример расчета емкости и доли рынка

Количество домохозяйств в Новосибирской области равняется **1070** тыс.,
поэтому, согласно данной формуле,
ёмкость рынка бытовой мебели Новосибирской области будет равна:

$$1\ 070 * 1,81 * 5,05 = \mathbf{9780} \text{ (тыс. м}^2 \text{ ЛДСП в год)}$$

Пример расчета емкости и доли рынка

Так как рынок мебели состоит из двух сегментов, и доля мебели для **общественных** зданий оценивается в 40%

(2/3 от рынка бытовой мебели),

то **доля рынка мебели для общественных зданий равна:**

$$\frac{9\ 780}{60\%} * 40\% = 6520 \text{ (тыс. м}^2 \text{ ЛДСП в год)}$$

Пример расчета емкости и доли рынка

Потенциальная ёмкость рынка ЛДСП в Новосибирской области равна:

$6\ 520 + 9\ 780 = 16\ 300$ (тыс. м² ЛДСП в год)

При расчёте потенциала рынка ЛДСП следует учитывать, что значительная часть спроса на мебель удовлетворяется за счёт **импорта** готовой продукции из-за рубежа.

По данным за 2013 год удельный вес импорта на мебельном рынке России составил **42,2%**.

Значит, необходимо рассчитать **реальную ёмкость рынка**.

Пример расчета емкости и доли рынка

Расчет реальной ёмкости рынка будет производиться на основе данных Росстата о производстве ДСП.

За 2013 год объём производства «Плит древесностружечных и аналогичных плит из древесины и других одревесневших материалов» составил **6638** тыс. м³.

В структуре производства ДСП ламинированные плиты ДСП занимают **80%** от общего объёма производства.

Пример расчета емкости и доли рынка

Исходя из этого, общий объём производства ЛДСП в России равен:

$$6\,638 * 80\% = \mathbf{5\,310,4} \text{ (тыс. м3 ЛДСП)}$$

По данным ВНИИДРЕВ, на производство мебели расходуется порядка **90%** ЛДСП:

$$5\,310,4 * 90\% = 4\,779,36 \text{ (тыс. м3 ЛДСП)}$$

Средняя толщина плиты ЛДСП **16** мм. Значит, реальная ёмкость рынка производства ЛДСП в м2 равна:

$$4\,779,36 / 0,016 = \mathbf{298\,710} \text{ (тыс. м2 ЛДСП)}$$

Пример расчета емкости и доли рынка

Для определения **реальной ёмкости рынка в Новосибирской области** рассчитаем средний объём потребления ЛДСП на одно домохозяйство и умножим на общее количество домохозяйств в Новосибирской области:

$$298\ 710 / 52\ 707 * 1\ 070 = \mathbf{6\ 064} \text{ (тыс.м}^2 \text{ ЛДСП)}$$

Пример расчета емкости и доли рынка

Объём импорта ЛДСП в виде готовой мебельной продукции равен:

$$6\ 064 / 57,8\% * 42,2\% = 4\ 427,35 \text{ (тыс.м}^2 \text{ ЛДСП в год)}$$

Полученные данные позволяют скорректировать информацию по **реальной ёмкости рынка Новосибирской области:**

$$16\ 300 - 4\ 4427,35 = \mathbf{11\ 870,2} \text{ (тыс. м}^2 \text{ ЛДСП в год)}$$

Пример расчета емкости и доли рынка

Ёмкость доступного рынка можно оценить по текущему среднему количеству отгрузки ЛДСП компанией ООО «ТЛД Экспо» (данные по отгрузке за 2012 –2014гг.) в Новосибирскую область.

Доступная ёмкость равна 2781 тыс. м² в год.

Теперь возможно определить **долю компании** ООО «ТЛД Экспо» в объёме реального рынка ЛДСП в Новосибирской области.

Пример расчета емкости и доли рынка

$$\begin{aligned} \text{Доля рынка} & \quad \text{Средний объём} \\ \text{ТЛД Экспо} & \quad \text{продаж} \\ & = \frac{\text{(тыс.м2 ЛДСП в год)}}{\text{Реальная ёмкость}} * 100\% \\ & \quad \text{рынка} \\ & \quad \text{(тыс.м2 ЛДСП в год)} \end{aligned}$$

$$2\,781 / 6\,064 * 100\% = 45,86 \%$$

Пример расчета емкости и доли рынка

Таким образом, была проведена оценка ёмкости рынка ЛДСП Новосибирской области.

В ходе исследования были получены следующие данные:

Потенциальная ёмкость рынка – 11 870,2 тыс. м²

Фактическая ёмкость рынка – 6 066,9 тыс. м²

Доступная ёмкость – 2 781 тыс. м²

Доля рынка компании ООО «ТЛД Экспо» на рынке Новосибирской области составляет **45,83%**.

Хотите потренироваться?

Задача 1

Рассчитайте показатели рынка смартфонов Томской области, учитывая, что численность ее населения составляет 1 074 453 чел.

Россия находится на пятом месте в мировом рейтинге количества пользователей смартфонами.

По данным «Евросети», в 2015 году объём российского рынка «умных» сотовых аппаратов составил приблизительно 147 млрд рублей. При этом средняя цена проданного составляет 9600 рублей.

По данным госкомстата, в России приходится около 1,33 телефона на душу населения, из них доля «умных» аппаратов в общих продажах телефонов составляет порядка 65 %.

Нужно отметить, что расходы на сотовую связь в России продолжают падать. Так, обладатели смартфонов в среднем платят 486 рублей в месяц.

Среди пользователей смартфонов максимальную долю российского мобильного веб-трафика в 2015 г. заняла платформа Android(59,64%).

- 1. Определите емкость рынка** смартфонов в томской области (в рублях), учитывая статистические данные (ответ округлите до целого числа).
- 2. Рассчитайте совокупные затраты** обладателей смартфонов Томской области на мобильную связь в год. Ответ округлите до целого числа.
- 3. Определите количество пользователей** платформы Android в Томской области. Ответ округлите до целого числа.

Хотите потренироваться?

Ответ на задачу 1.

1) $1074456 * 1,33 * 65% * 9600$ руб. = 8917 125руб.

2) $928864 * 486 * 12 = 5 417 138455$ руб./в год

3) $1074456 * 1,33 * 65% * 59,64% = 553 976$ чел.

Хотите потренироваться?

Задача 2.

Рассчитайте показатели российского рынка программных решений для мобильных устройств, учитывая следующие статистические данные.

Объём российского рынка программных решений для мобильных устройств в 2015 году составил 440 миллионов долларов США, при этом 70 % рынка составили игровые приложения, аудитория пользователей которых составляет 27,7 млн человек.

Остальную часть рынка составляют неигровые мобильные приложений. В их структуре немалая доля приходится на мобильные книги (\$ 19,3 млн), музыкальные (\$9,5 млн) и видеосервисы (\$0,9 млн).

По прогнозам J'son&PartnersConsulting, в 2018 году объём российского рынка мобильных приложений достигнет отметки в \$569 млн.

Рассчитайте **объём рынка** неигровых мобильных приложений (в руб.). Результат округлите до целого числа.

Вычислите **долю продаж** мобильных книг внутри рынка неигровых мобильных приложений (в %). Результат округлите до целого числа.

Определите **прогноз объема продаж** мобильных книг в 2018 году, при условии, что их округленная доля в структуре продаж сохранится. Результат округлите до целого числа.

Хотите потренироваться?

Ответ на задачу 2.

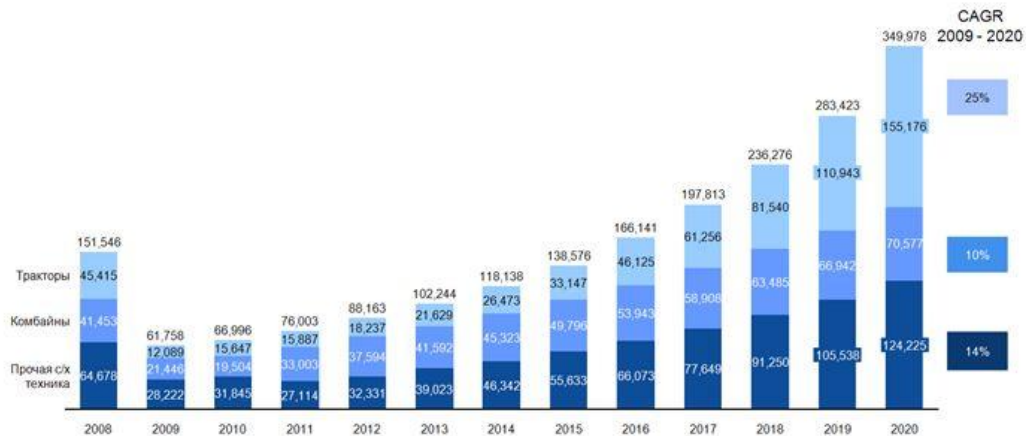
1) $30 * 440 / 100 = 132$ млн.

2) $19,3 * 100 / 132 = 15\%$

3) $569 * 30 / 100 = 170.7$, $170.7 * 15 / 100 = 26$ млн дол

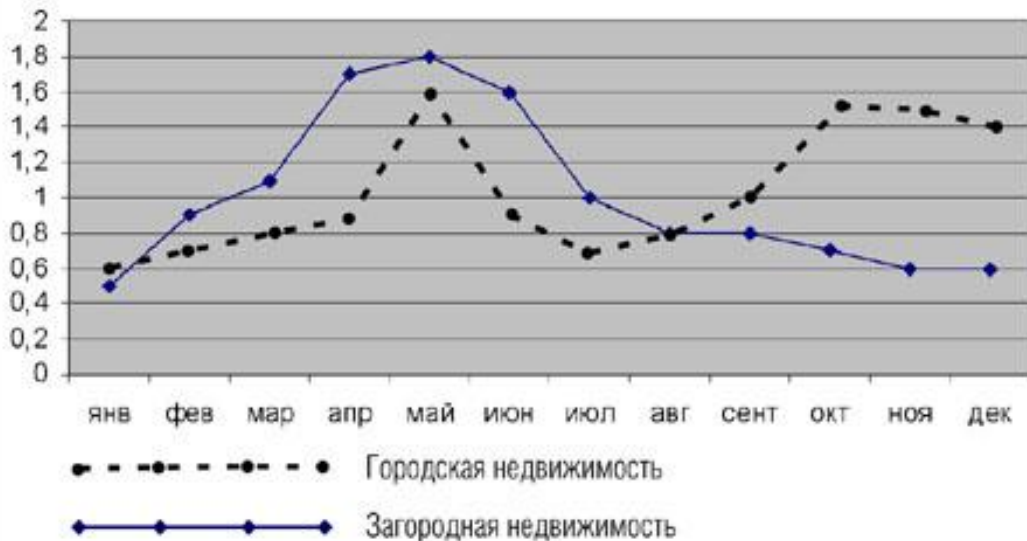
3. Анализ динамики рынка

Динамика российского рынка сельскохозяйственной техники 2008-2020 гг.,
млн. руб.

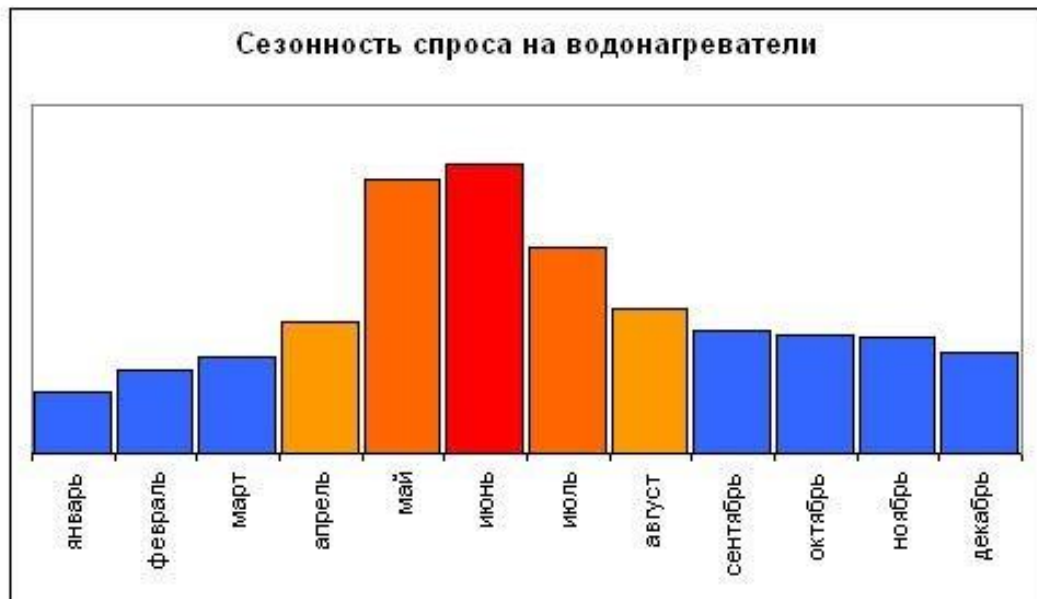


4. Анализ сезонности рынка

Сезонные колебания объема продаж на рынке недвижимости



4. Анализ сезонности рынка





СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Преподаватель:
Селевич Татьяна Семеновна
к.э.н., доцент каф. Инженерного предпринимательства ИСГТ ТПУ