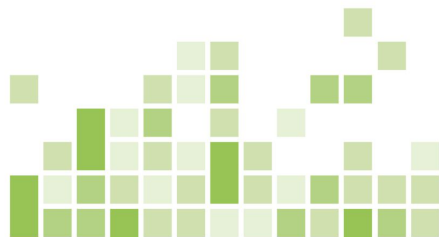




ТОМСКИЙ
ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ



Лекция 2

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ

Преподаватель:

Селевич Татьяна Семеновна

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

Вопросы к рассмотрению:

1. Предварительный анализ рынка
2. Общий список конкурентов и их предварительный анализ
3. Приоритезация конкурентов

Этапы конкурентного анализа



Кто наши конкуренты?

Нужно определить:

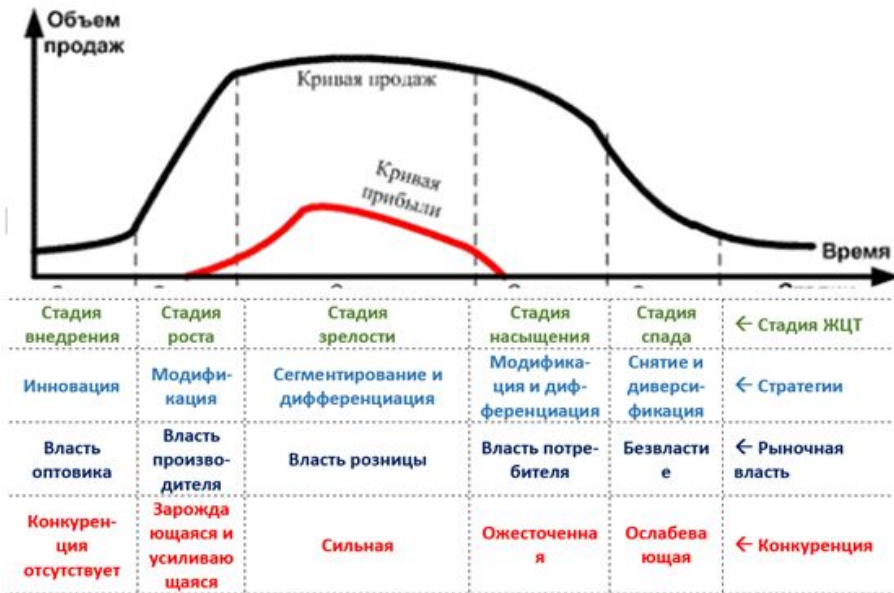
- Объект исследования

- Границы рынка

(товарные и географические)

- Анализ этапа ЖЦТ**
- Анализ типа строения рынка**
- Анализ интенсивности конкуренции в отрасли**
- Анализ 5 конкурентных сил**

Анализ жизненного цикла рынка



Анализ типа строения рынка

	<i>Продавцы</i>		
<i>Покупатели</i>	Много	Несколько	Один
Много	Двусторонняя полиполия	Олигополия	Монополия
Несколько	Олигопсония	Двусторонняя олигополия	Монополия, ограниченная олигопсонией
Один	Монопсония	Монопсония, ограниченная олигополией	Двусторонняя монополия

Анализ типа строения рынка

Тип продукта	Количество продавцов		
	Много	Несколько	Один доминирующий
Однородные продукты	чистая конкуренция	гомогенная олигополия	чистая монополия
Дифференцированные продукты	монополистическая конкуренция	олигополия с дифференциацией продукции	чистая многопродуктовая монополия

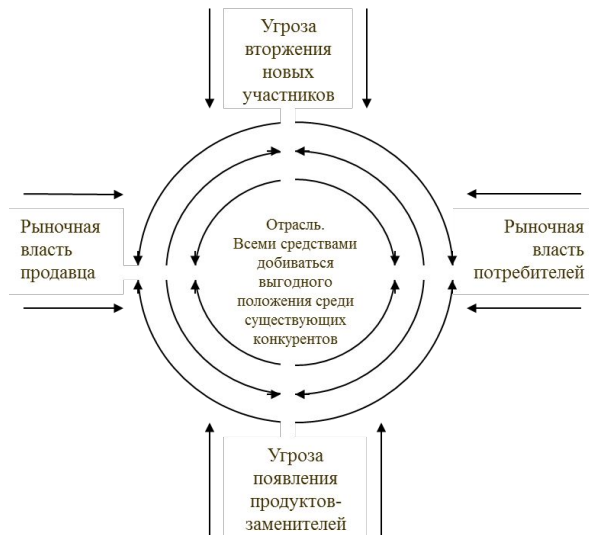
Анализ интенсивности конкуренции

- **Рентабельность** рынка (Рентабельность – отношения прибыли рынка к ее потенциалу. Чем выше рентабельность, тем выше конкуренция)
- **Темпы роста** рынка (Чем выше темпы, тем слабее конкуренция)
- **Объем** рынка (чем больше, тем слабее конкуренция)
- **Характер распределения** рыночных долей игроков (чем схожее, тем острее конкуренция)
- Степень **концентрации** на рынке (ННІ и др. Чем выше концентрация, тем жестче антимонопольное законодательство)

Анализ условий конкуренции на рынке (по Портеру)

Состояние конкуренции в отрасли определяется пятью основными силами.

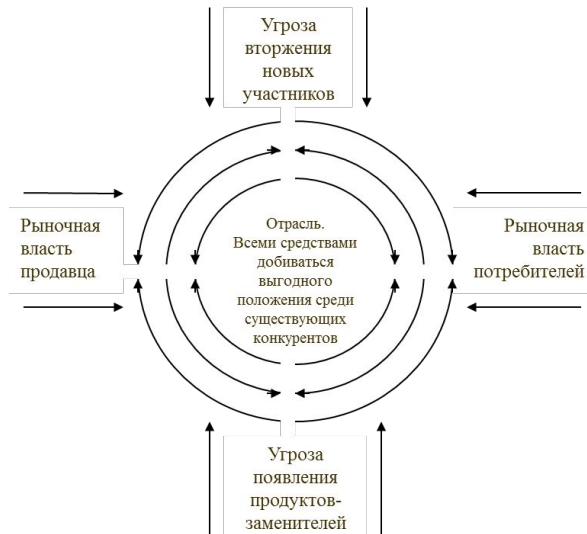
Они определяют привлекательность отрасли и позиции данной фирмы в конкурентной борьбе в этой отрасли.



Анализ условий конкуренции на рынке (по Портеру)

Проблема: отсутствие четкого инструментария для оценки.

Задание!



Чек-лист 1 этапа

1. Характеристика объекта исследования (Товар? Предприятие?)
2. Идентификация рынка и его границ (товарных, географических)
3. Этап жизненного цикла рынка (график, точка, аргументация)
4. Тип конкуренции на рынке (по потребителям, по товару) – две таблицы
5. Анализ пяти сил портера (6 таблиц и вывод)

Кто наши конкуренты?

1 и 2 подход - на основе **стратегических ролей** на рынке:

- 1) Лидеру рынка принадлежит наибольшая доля определенного рынка.
- 2) Претендент
- 3) Последователь
- 4) Компания, оперирующая в нише, обслуживает небольшие сегменты рынка, которые не представляют интерес для крупных компаний.

Если не знаем доли рынка (1 подход), судим по косвенному признаку – **рыночной силе** (2 подход).

Выявление фактических конкурентов

Показатели	Разбаловка		
Наличие сайта и его продвинутость сайта	Имеют хорошо разработанный сайт	Имеют сайт с плохо разработанной структурой	Не имеют сайт
	Балл: 3	Балл: 2	Балл: 1
Представленность в интернете (соц.сети)	Представлен во многих соц. сетях и на большинстве сайтов	Представлен в одной –двух соц.сетях	Не представлен нигде
	Балл: 3	Балл: 2	Балл: 1
Известность компании	Компания известна и всегда находится на слуху	Известность компании низкая	Не известная
	Балл: 3	Балл: 2	Балл: 1
Давность нахождения на рынке (года)	>10 лет	5-10 лет	1-4 года
	Баллы: 3	Баллы: 2	Баллы:1
Охват рынка	Рынок Томска и томского района	Томский рынок	Российский рынок
	Баллы: 3	Баллы: 2	Баллы: 1
Широта ассортимента	Широкий	Средний	Маленький
	Баллы: 3	Баллы: 2	Баллы: 1

Приоритезация конкурентов

Томский рынок автошкол

Томский рынок ландшафтного дизайна

Наименование организации	Балл	Роль
1 Авто-Класс	15	ЛИДЕР
22 Учебный ЦТЦ ДОСААФ России г. Томска	14	Претенденты
23 Штурвал		
24 Политехник		
18 Престиж	13	
6 Автотех		
3 Центральные курсы водителей		
4 Автокурсы	12	Последователи
2 За рулем		
15 Драйв-Томск	11	
13 Альфатех		
8 Автошкола Первоклассная		
9 Автошкола ТОМИЧ	10	
17 Права-70		
14 Вираз	9	
5 Автопрофи		
7 Автошкола	8	
10 Автошкола (ТАДТ)		
21 Учебно-курсовой комбинат (ТСХИ)	7	Нишеры
11 Автошкола (Томский аграрный колледж)		
12 Автошкола (Томский МТТ)		
16 Лесотехшкола		

Конкуренты	Итоговый балл	Положение на рынке
1. ОАО «Томскзеленстрой»	16	Лидеры
2. Оазис 21 век (ИП Неганова Наталья Павловна)	14	Претенденты
3. ООО «Дизайн –РСК Виктория»	13	Претенденты
4. Tomsk Garden Group	13	Претенденты
5. Гений места (ИП Мут Т.Д.)	13	Претенденты
6. Дизайн студия «Гармония стиля»	12	Претенденты
7. ООО «Сибирская академия деревьев и кустарников»	11	Последователи
8. ООО "Дизайн-бюро "Новый дом"	11	Последователи
9. Мастерская дизайна и архитектуры «Да проект»	11	Последователи
10. ООО «АкваКомфорт»	11	Последователи
11. Бюро архитектуры и дизайна Александры Зинченко	10	Последователи
12. Дизайн-группа Ratio-Art	9	Нишеры
13. Дизайн-бюро "Гном"	9	Нишеры

Кто наши конкуренты?

3 подход – на основе **схожести товаров**:

Всех конкурентов в зависимости от их опасности далее делят на две группы.

К первой группе относятся компании, выпускающие точно такой же продукт.

Ко второй – производители товаров, способных удовлетворить такую же потребность, то есть товаров-субститутов.

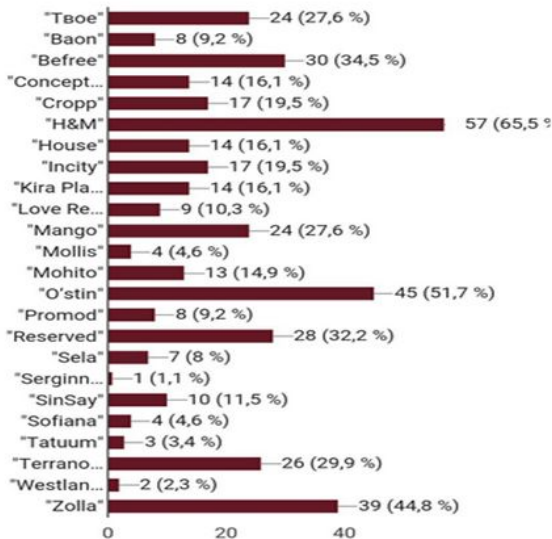
Дальнейшая конкретизация группы приоритетных конкурентов продолжается по критерию сходства используемых им рыночных стратегий, скажем, по качеству и цене.

Выявление фактических конкурентов

Кто наши конкуренты?

4 подход – на основе **выбора потребителя**:

Из каких марок, представленных ниже, Вы выбираете одежду?
(Количество вариантов ответа не ограничено)



Выявление фактических конкурентов

4 подход –
на основе
выбора
потребителя

Примечание: за
бренд
«Terranova»
проголосовали 26
раз. В этих 26
голосах бренд
«H&M»
встретился 19 раз
и так далее

H&M	19
Zolla	19
O'stin	16
Befree	13
Твое	11
Reserved	9
Cropp	7
Mango	7
SinSay	6
Incity	6
Mohito	5
House	5
Concept Club	3
Kira Plastinina	3
Sela	3
Baon	2
Love Republic	2
Molis	2
Sofiana	2
Promod	1

Чек-лист 2 этапа

1. Полный перечень игроков (список)
2. Выбор способа приоритезации (по рыночной доле*, по рыночной силе**, по схожести товара, по выбору потребителей***)
3. * Рейтинг игроков по доле, сепарация и приоритезация (таблица)
4. ** Рейтинг игроков по силе, сепарация и приоритезация (таблица)
5. *** Результаты опроса потребителей (ссылка на опрос, диаграммы ответов)



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

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