

ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА

Стефанович И.И.¹, Кузьмина А.А.²

¹Стефанович Илья Владимирович – студент;

²Кузьмина Алина Александровна – студент,

кафедра менеджмента организации,

факультет государственного и муниципального управления и экономики народного хозяйства,

Среднерусский институт управления – филиал

Российская академия народного хозяйства и государственной службы

при Президенте Российской Федерации,

г. Орел

Аннотация: такая тема, в бизнес-планировании, как изучение и анализ рынка, является, по сути, ключевой для подготовки стратегии функционирования любой организации. Изучив рынок, можно ответить на вопросы о потенциальной клиентуре, объемах поставок и вообще заинтересованности потребителя в предлагаемых услугах или товарах. Что в России, что за рубежом, в любой бизнес-среде пристальное внимание уделяется аспекту проработки и изучения рынка. Именно незнание или недостаточный упор на исследование рынка может повлечь провал пусть даже и перспективного проекта.

Ключевые слова: маркетинг, рынок, исследование.

УДК 338.242

Такая тема, в бизнес планировании как изучение и анализ рынка является по сути ключевой для подготовки стратегии функционирования любой организации. Изучив рынок, можно ответить на вопросы о потенциальной клиентуре, объемах поставок и вообще заинтересованности потребителя в предлагаемых услугах или товарах.

Что в России, что за рубежом, в любой бизнес-среде пристальное внимание уделяется аспекту проработки и изучения рынка. Именно незнание или недостаточный упор на исследование рынка может повлечь провал пусть даже и перспективного проекта.

В настоящее время рынок быстро меняется, любой игрок на рынке должен обращать внимание и иметь в виду внутренние и внешние факторы влияния. Как уже говорилось, львиная доля успеха предприятия заложена в рациональном, правильном планировании, рыночном позиционировании, выборе четкой стратегии и принятии соответствующих решений для развития организации. Таким образом, постоянный мониторинг бизнес-среды, анализ слабых и сильных сторон предприятия, а также конкурентов, является ключом к принятию таких решений.

Остановимся на этом аспекте бизнес плана более подробно. Определяя положение организации на рынке, аналитики прежде всего руководствуются рядом специальных показателей: спросом, емкостью рынка в зависимости от конкретной рыночной позиции (товара, услуги), эластичность рынка. Определив эти показатели, можно скорректировать объем поставок. Превалирующее значение имеет точность и своевременность анализа этих показателей, ведь именно от этого в конечном итоге будет зависеть успех предприятия и его устойчивость на рынке.

Далее рассмотрим то, как этот вопрос изучен в рамках научной литературы. О.Н. Волкова и В.В. Ковалева в своих работах утверждают, что организация и ее финансовое положение, которое в целом и является регулятором позиции предприятия на рынке, напрямую зависит от внешних и внутренних факторов бизнес-среды. Для того, чтобы более подробно изучить понятие бизнес-среды рассмотрим рисунок 1.

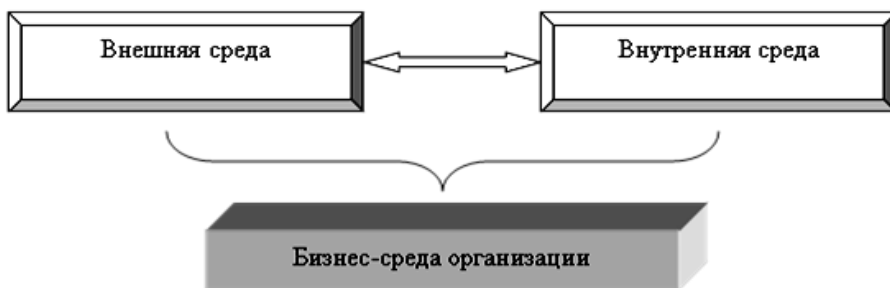


Рис. 1. Бизнес-среда организации

Для того, чтобы правильно анализировать рынок, нужно подробнее определить ключевые элементы бизнес-среды.

В определениях разных авторов можно встретить различные трактовки внешней среды организации. В целом они однородны и сходятся во мнении, что внешняя среда является набором социальных, экологических и экономических факторов, которые имеют воздействие на предприятие, но находятся вне его.

Внешняя среда разносторонняя, но имеет структуру, которая включает: микросреду и макросреду. Макросреда задает общую парадигму для функционирования организации, то есть она не имеет акцентированного влияния на конкретное предприятие.

Микросреда организации характеризует взаимозависимые стороны экономических отношений, то есть те факторы, на которые предприятие может повлиять и находится в тесном контакте. К микросреде относят покупателей, поставщиков, и т.д., тех, с кем организация находится в непосредственном контакте и чьи действия могут непосредственно отразиться на финансовом ее финансовом состоянии.

Ключевое отличие макросреды от микросреды в том, что на макросреду почти невозможно повлиять, ведь изменить закон, любой нормативно-правовой акт, лоббируя интересы какой бы то ни было организации нельзя, это будет являться преступлением. Организации остается только подстраиваться под эти факторы, постоянно проводя анализ и мониторинг изменений политической жизни, обновления законов или других массовых изменений в обществе. Также необходимо иметь аппарат законного отстаивания своих интересов в правовом поле.

Основные направления анализа бизнес-среды организации представлены на рисунке 2.

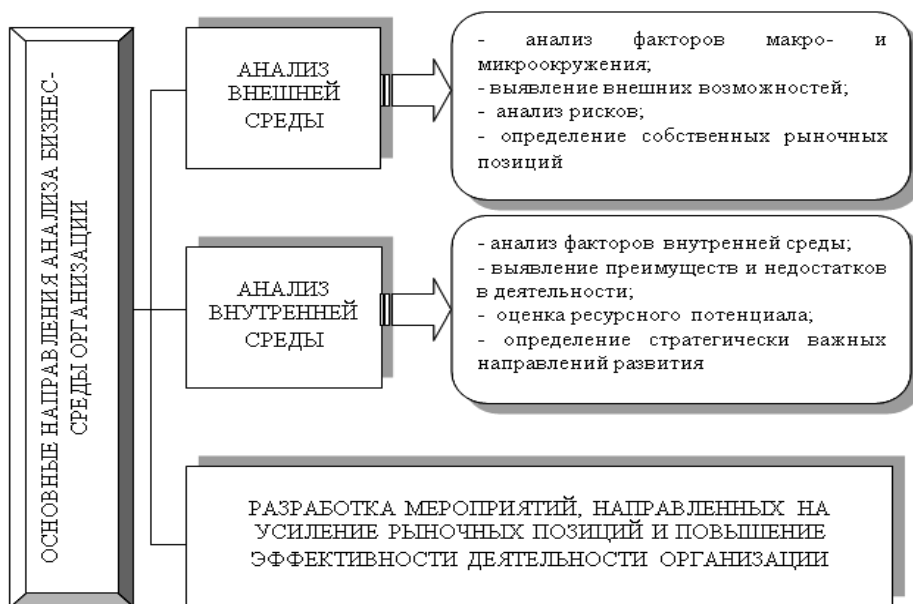


Рис. 2. Основные направления анализа бизнес-среды организации

К основным направлениям анализа бизнес-среды необходимо отнести анализ внешней и внутренней среды, а также разработку мероприятий, направленных на усиление рыночных позиций и повышение эффективности деятельности организации. Таким образом, благополучное развитие организации в долгосрочной перспективе зависит от регулярного анализа ее бизнес-среды, выявления рыночных позиций и своевременно разработанных мероприятий по повышению конкурентоспособности и эффективности деятельности.

Список литературы

1. Орлова П.И. Бизнес-планирование: Учебник для бакалавров // М.: Дашков и К°, 2016. Т. 288.
2. Горбунов М.А. и др. Оптимизационный пакет прикладных программ «Карма» и его применение в задачах бизнес-планирования // Фундаментальные исследования, 2015. № 4.
3. Черняк В.З. и др. Бизнес-планирование, 2017.
4. Тельнова Н.Н. и др. Бизнес-планирование инвестиционных проектов по производству продукции животноводства, 2016.
5. Бекетова О., Найденов В. Бизнес-планирование. Litres, 2017.
6. Купцова Е.В., Степанов А.А. Бизнес-планирование, 2019.
7. Лумпов А., Лумпов А. Бизнес-планирование инвестиционных проектов. Litres, 2017.
8. Медведев А.В. Оптимизационная система поддержки принятия решений в бизнес-планировании // Успехи современного естествознания. 2015. №. 1-4. С. 679-683.
9. Суровцева Е.С., Сухочева Н.А. Бизнес-планирование развития К (Ф) Х на грантовой основе // Экономика сельского хозяйства России. 2017. №. 7. С. 12-19.
10. Лучкина В.В. Индивидуальное планирование развития персонала предприятия // Лидерство и менеджмент. 2016. Т. 3. №. 2.