

Таблица 1.5

Изменение показателей деятельности предприятия в 2009 г.

Показатели	Сегменты рынка			
	Сегмент 1	Сегмент 2	Сегмент 3	Сегмент 4
Изменение емкости рынка, %	+10	-5	+5	-10
Изменение объема продаж предприятия, млн. руб.	+1	+0,5	-3	-0,2

Необходимо также оценить изменение положения предприятия в разных сегментах рынка.

### Задача 3

Емкость рынка продукции в 2008 году составляла 30 млн. шт. Данные об объемах сбыта четырех крупнейших участников рынка приведены в табл. 1.6. В 2009 году емкость рынка увеличилась на 10%.

Таблица 1.6

Объемы продаж крупных фирм на рынке

№	Участники рынка	Объем продаж за 2008 г., млн. шт.	Изменение объема продаж в 2009 г., млн. шт
1.	Фирма 1	8	+0,5
2.	Фирма 2	6	+0,8
3.	Фирма 3	5	-0,5
4.	Фирма 4	3	-0,2

Исходя из приведенных данных, определить индексы концентрации в 2008 и 2009 гг. Прокомментировать полученные данные.

### Задача 4

Емкость рынка в 2007 году составляла 24 млн. шт. Данные об объемах продаж всех субъектов рынка приведены в табл. 1.7. В 2008 году емкость рынка увеличилась на 5%.

Исходя из приведенных данных, определить индексы концентрации в 2007 и 2008 годах. Прокомментировать полученные данные.

Таблица 1.7

## Объемы продаж крупных фирм на рынке

№	Участники рынка	Объем продаж за 2007 г., млн. шт.	Изменение объема продаж в 2008 г., млн. шт.
1.	Фирма 1	8	+0,5
2.	Фирма 2	5	-0,4
3.	Фирма 3	6	+0,3
4.	Фирма 4	2	+0,3
5.	Фирма 5	1	-
6.	Фирма 6	0,75	+0,1
7.	Фирма 7	0,5	+0,175
8.	Фирма 8	0,5	+0,1
9.	Фирма 9	0,25	+0,125

**Задача 5**

В табл. 1.8 приведены данные о рыночных долях предприятий-производителей бетона в Северо-Западном регионе.

На основе приведенных данных необходимо охарактеризовать степень концентрации рынка бетона Северо-Западного региона путем расчета индексов концентрации и Херфиндаля-Хиршмана.

Таблица 1.8

## Доли рынка производителей бетона в Северо-Западном регионе в 2007 г.

№ п/п	Наименование предприятия	Доля предприятия на рынке, %
1.	«Объединение 45»	25
2.	«Ленстройдеталь»	15
3.	«СЗНК-Бетон»	10
4.	«Петерасфальт»	8,0
5.	ООО «Балтстройцемент»	8,0
6.	ООО «Бетон»	7,0
7.	ЗАО «Метробетон»	7,5
8.	«Бетомикс»	7,5
9.	«Нордмикс»	5,0
10.	«Лентехстрой»	3,0
11.	ЗАО «Стройкомплект»	2,0
12.	ООО «Цемтех»	2,0
13.	Итого:	100

**Задача 12**

Предприятие реализует на рынке 5 видов продукции. Данные о конъюнктуре рынка данных видов продукции за 2008 год представлены в табл. 2.8.

Таблица 2.8

Данные о конъюнктуре рынка разных видов продукции за 2008 год

Вид продукции	Объем реализации, млн. руб.	Объем реализации конкурентов, млн. руб.			Годовые темпы роста рынка, %
		Конкурент 1	Конкурент 2	Конкурент 3	
A	250	200	300	340	10
B	400	350	300	290	6
C	170	310	340	330	2
D	50	610	640	650	6
E	80	200	180	100	4

На основе данных таблицы оценить состояние хозяйственного портфеля предприятия путем построения матрицы БКГ и дать рекомендации по формированию товарной стратегии на ближайшее время. Заполнить табл. 2.9 (в соответствующих ячейках проставить

знак «+» в случае, если данная рекомендация подходит для данного вида продукции).

Таблица 2.9  
Действия в отношении различных видов продукции

Варианты действий	Виды продукции				
	A	B	C	D	E
Выводить с рынка, избавляться					
Вкладывать капитал, развивать					
Изымать часть выручки, направляя ее на развитие хозяйственного портфеля					
Оберегать и укреплять					
Оставить без изменений					

**Задача 13**

Предприятие реализует на рынке 5 видов продукции. Данные о конъюнктуре рынка данных видов продукции за 2005 год представлены в табл. 2.10.

Таблица 2.10

Данные о конъюнктуре рынка разных видов продукции за 2005 год

Вид продукции	Объем реализации, млн. руб.	Объем реализации конкурентов, млн. руб.			Годовые темпы роста рынка, %
		Конкурент 1	Конкурент 2	Конкурент 3	
A	1200	1200	1300	1350	12
B	5000	3500	3000	2900	10
C	1500	3100	3400	3000	2
D	7000	5000	6000	1800	6
E	1100	1000	1000	1000	4

В течение трех лет на рынке произошли изменения. Данные о конъюнктуре рынка данных видов продукции за 2008 год представлены в табл. 2.11.

На основе данных табл. 2.10 и 2.11 оценить изменение состояния хозяйственного портфеля предприятия за несколько лет путем построения матриц БКГ. Дать рекомендации по формированию товарной стратегии на ближайшее время.

Таблица 2.11  
Данные о конъюнктуре рынка разных видов продукции за 2008 год

Вид продукции	Объем реализации, млн. руб.	Объем реализации конкурентов, млн. руб.			Годовые темпы роста рынка, %
		Конкурент 1	Конкурент 2	Конкурент 3	
A	1600	750	700	800	6
B	5000	3000	3000	2000	4
C	500	2000	1900	1500	1
D	1500	1400	1800	2000	4
E	1500	900	800	1100	8

**Задача 14**