

**ПРАВИЛА**

**проведения аналитики рынка БИГ-БЕГОВ**

Для полноценного понимания ситуации на рынке продаж БИГ-БЕГОВ, а также нашего нахождения на этом рынке и занимаемой доли в нем, необходимо периодически проводить анализ рынка.

Для этого разработаны нижеприведенные правила, как делать эту аналитику.

1. Каждые полгода необходимо проводить аналитику рынка.
2. Материалом для аналитики рынка служит налоговая база, которую необходимо брать за период последнего полугодия.
3. Каждая новая налоговая база должна захватывать период, начиная с месяца, до которого была собрана аналитика по прошлой налоговой базы включительно, и далее шесть месяцев. Например, если в прошлой базе были данные по декабрь 2023 г включительно, то следующая база должна включать информацию с января 2024 г по июнь 2024 г.
4. Учитывая, что данные по налоговым накладным регистрируются на 15-й день после окончания отчетного периода, то, чтобы последний месяц для аналитики полностью попал, необходимо брать базу на 16-й день после завершения последнего месяца. Исходя из примера, описанного в п.3, налоговую базу необходимо брать 16 июля 2024 г за период с 01.01.24 по 30.06.24 г включительно.
5. Перечень конкурентов, по которым необходимо брать налоговую базу передается ответственному человеку, с которым есть договоренность о предоставлении, с его стороны, подобной достоверной информации и у него есть такая возможность. Стоимость данной услуги согласовывается с данным человеком заранее, до подачи ему перечня конкурентов.
6. При получении информации о стоимости за услуги налоговой базы, необходимо создать Заказ на приобретение на ФП маржи, согласно правил компании, и утвердить его в директиве ФП маржи.
7. Перечень конкурентов должен включать в список конкурентов по принципу “Паретто”, то есть, 20% участников рынка покрывают 80% потребностей данного рынка. По состоянию на начало 2024 г, в денежном выражении сумма реализации товара конкурентов, которые попадают в список, должна быть не менее 2 млн.грн в месяц. Как правило, перечень конкурентов с такими оборотами не меняется годами и о появлении достаточно крупного нового участника рынка становится известно, как минимум, в течении этого же полугода. Общее количество конкурентов в списке должно составлять не менее 15 шт и, если количество конкурентов с оборотами более 2 млн.грн меньше, чем 15шт, тогда список дополняется менее крупными конкурентами с меньшими оборотами, но которые также “заметны” на рынке для получения более полной картины по рынку. “Заметны” в данном случае имеется в виду, что они находятся на слуху - мы слышим о них от наших клиентов и конкурентов. Перечень менее крупных конкурентов может варьироваться, чтобы, в том числе мониторить ситуацию как на рынке, так и с списком потенциальных клиентов, которые берут у данных конкурентов.
8. После получения налоговой базы данных, РО2 поручает ответственному менеджеру задание на анализ данной базы и получение информации из нее для аналитики рынка.
9. Данные по аналитике вносятся в соответствующий документ по ниже приведенной ссылке: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1uM2KCDFV3mag2-tHVS-DNOpmgOW4z3JFxydiC_gaGCQ/edit#gid=73075106>
10. Информация по конкурентам, которую необходимо собрать из налоговой базы должна включать - месячный объем реализации в гривнах, месячный объем реализации в штуках, средневзвешенная цена за единицу продукции.
11. Данные из налоговой базы по конкурентам необходимо брать только по той продукции, которая аналогична производимой нами. Это означает, что, если конкурент, допустим реализует ткань или оказывает автотранспортные услуги, то объемы по данным видам реализации не должны быть включены в аналитику, т.к. они не дают представления о рынке БИГ-БЕГОВ. Соответственно, необходимо брать данные только по реализации биг-бегов, вкладышей в полувагон, лайнер бегов в морские контейнера, чехлы и иной продукции, которую мы можем производить и реализовывать.
12. Данные по реализации биг-бегов выносятся в отдельную колонку в таблице, указанной в п.9. Данные по крупногабаритной таре (вкладыши в полувагон, лайнер беги, тенты и прочее) выносятся в смежную колонку для понимания общей картины, но чтобы не путались общие данные, т.к. указанные крупногабаритные товары реализуются в меньшем количестве и с гораздо более крупной ценой.
13. После проведения аналитики необходимо сформулировать выводы по полугодию, а именно:

* кто какую долю рынка занимает из конкурентов в том числе мы по биг-бегам,
* если кто-то вырвался существенно вперед выяснить почему так произошло - перешли к нему работать крупные клиенты наши и конкурентов, продавали ламинированный биг-беги (которые мы практически не произвозводим, не наш сегмент) или другая причина,
* на основании выводов сформулировать наши дальнейшие действия по увеличению нашего присутствия на данном рынке - например, предоставление больших отсрочек, снижение цены продажи, возврат клиентов по спецусловиям, другие действия.

Выполнение данных правил позволит верно оценивать наше текущее положение на рынке реализации БИГ-БЕГОВ, а также даст данные для понимания, как меняется ситуация на рынке, его структура и что необходимо предпринять для увеличения нашего присутствия на рынке БИГ-БЕГОВ.