

Методы оценки рынка и спроса

Доцент РЭУ им. Г.В. Плеханова

Лукина Анастасия

Владимировна

avlukina@gmail.com

Основные вопросы



- Оценка потенциала рынка
- Методы оценки спроса на товары длительного пользования
- Определение доли рынка отдельной товарной марки

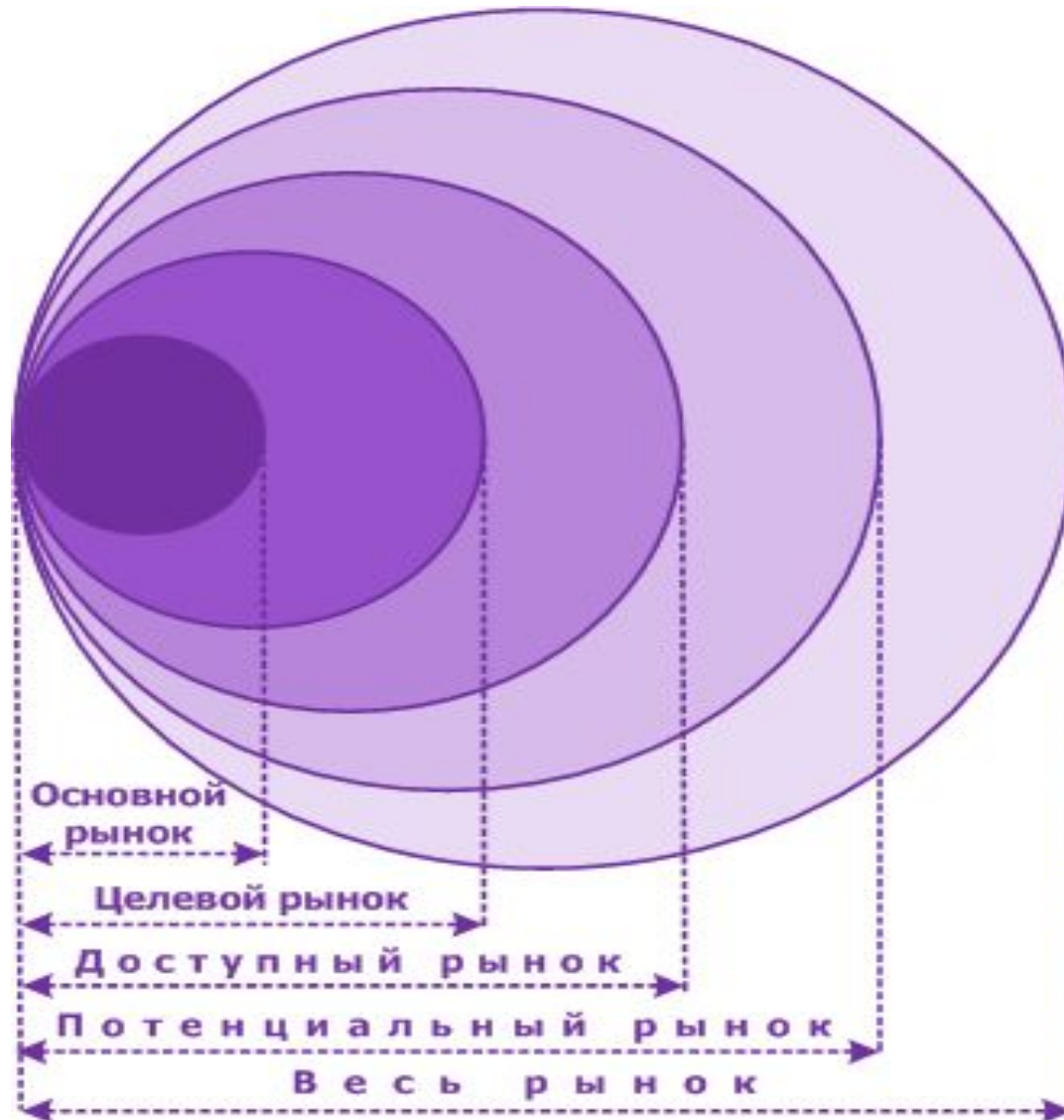
Определение рынка

- *Рынок* рассматривается со стороны спроса как совокупность действительных и потенциальных покупателей товара или услуги.
- *Рынок* воспринимается как совокупность потребителей, имеющих определенные нужды и потребности



**Это всем
известно!**

Виды рынка



РЫНОК

- **Общий рынок** (весь рынок) – все население
- **Потенциальный рынок** – интерес (тот рынок, который наблюдался, если бы все потенциальные пользователи использовали товар в максимальном объеме с оптимальной частотой)
- **Доступный рынок** – интерес + доход (средства)+ доступ
- **Целевой рынок** – выбранные сегменты
- **Освоенный рынок** – те кто, уже приобрели продукты компании

Измерение потенциала рынка или потенциального спроса

- ***Потенциал рынка или потенциальный/ожидаемый спрос*** – это максимально возможный объем спроса, который могут предъявить потенциальные потребители той или иной продукции в определенном географическом регионе в определенный период времени при максимальной интенсивности маркетинговых усилий с учетом сложившейся на рынке ситуации.

Оценка потенциала рынка

- **Метод прямого расчета**

Общий объем спроса (потенциальный спрос) – максимальный объем продаж

$$Q = n \times q \times r \text{ где}$$

Q - общий рыночный спрос на рынке

n- количество потенциальных покупателей

q - количество приобретаемого товара в среднем на одного покупателя за определенный период времени (год, месяц)

r- средняя цена единицы товара

Оценка потенциала рынка

Метод цепочки коэффициентов (метод цепного деления)

Исходя из общей численности населения конечное количество потребителей определяется при помощи различных промежуточных оценок. Базовое число умножается по порядку на доли.

Пример: расчет емкости рынка компакт –дисков

$$Q = (n \times a \times b) \times q \times r \quad \text{где}$$

n- Общая численность населения

a - процент людей интересующихся музыкой

b - процент лиц, которые отдадут предпочтение компакт-дискам

q- количество приобретаемых компакт-дисков в год в среднем одним покупателем

r- средняя цена компакт-диска

Задача

Оцените потенциальный спрос средств полоскания для полости рта

Количество потенциальных пользователей - это все люди старше 5 лет (приблизительно 90 % населения). Население России равно 145 млн.

Количество потенциальных пользователей =

Предположим, что каждый потенциальный пользователь может полоскать рот два раза в день, тогда

Количество ситуаций использования =

Объем потребления за 1 раз составляет 25 мл. Средний объем флакона 250 мл.

Средняя цена флакона составляет 130 рублей.

Потенциальный спрос =

Задача

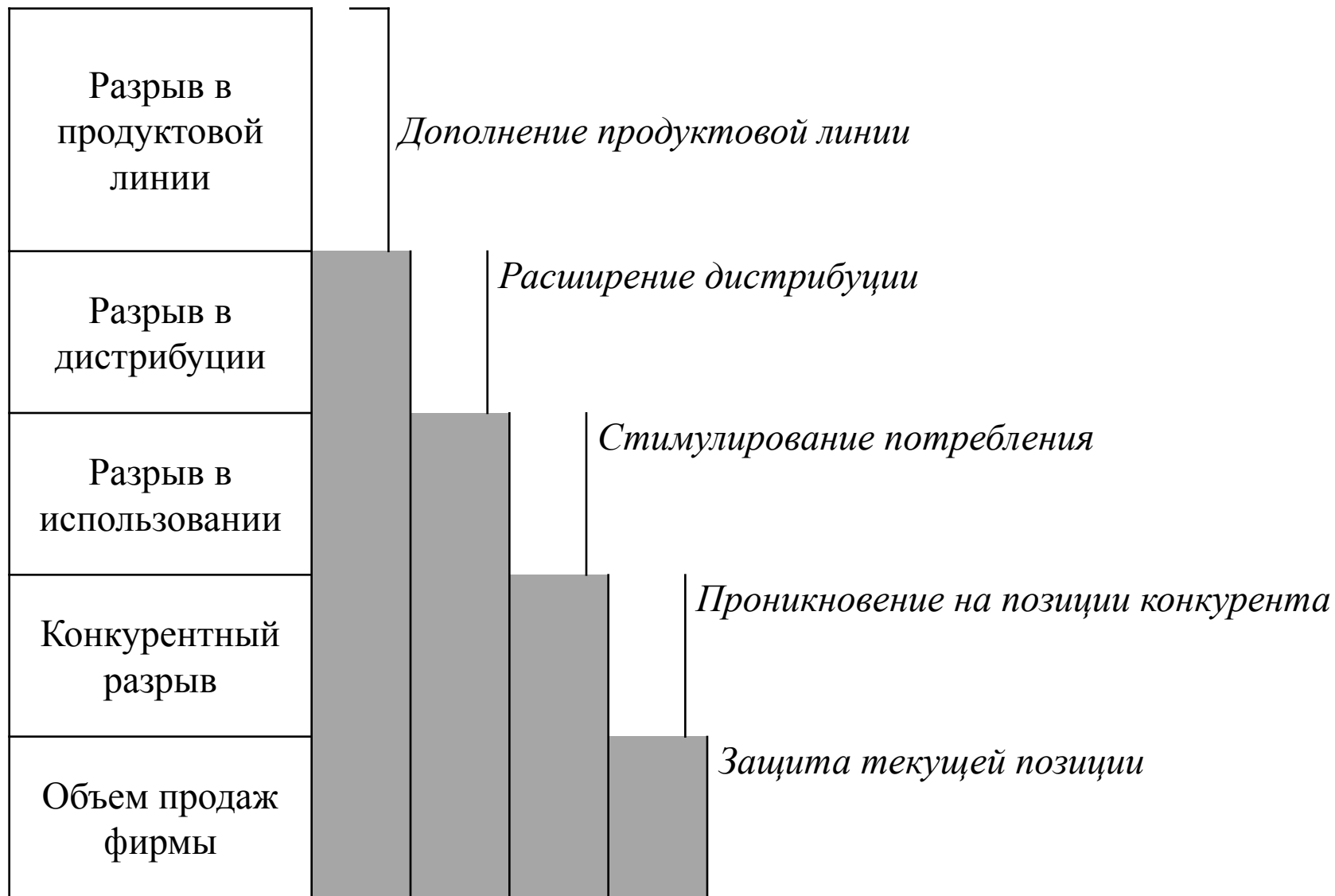
- В среднем потребитель чипсов съедает за год 1,5 кг этого продукта. Население России – 145 млн. чел. По оценкам специалистов сегодня чипсы потребляют 39 % россиян. Прогноз на ближайшие 7 лет – 3 кг на человека. За потенциальное потребление принимают среднее потребление в Европе – 10 кг на человека. *Оцените размер потенциального рынка России. Рассчитайте объем рынка снеков в России на период анализа.*

Использованы материалы статьи Обзор рынка снеков 2007 Дмитрий Крюков. www.sf-online.ru, материалы официального сайта компании «Сибирский берег» www.sibbereg.ru www.sibbereg.ru

Зачем нам знание реального и потенциального спроса?



Анализ возможностей роста



Методы оценки доли рынка

- По данным продаж компании и на рынке в целом
- По данным структуры спроса
- По данным проникновения, уровню повторных покупок, интенсивности потребления

Определение доли рынка отдельной товарной марки

- **Селективный спрос /доля рынка** – отношение спроса на определенную марку товара.

Доля рынка = Объем продажи марки X продуктовой линии A / Общий объем продаж всех марок продуктовой линии A

Задача

- Рынок кофе в некотором российском регионе оценивается в 20000 тонн. От общего объема кофе (по весу) 63% продается через магазины непосредственно конечным потребителям. В этом канале 5% составляет кофе в зернах, остальное – молотый кофе. Фирма «Н» продает 500 тонн молотого кофе исключительно через магазины.

Какова рыночная доля фирмы «Н» в торговле молотым кофе через магазины?

Типы спроса

- ***для товаров длительного пользования***

Начальный спрос – это спрос на товары и услуги со стороны покупателей, которые приобретают продукт в первый раз.

Замещающий спрос связан с приобретением изделий для замены ранее купленных

Дополнительный спрос - приобретение второго или третьего изделия определенного типа в дополнение к уже имеющимся.

- ***для товаров повседневного спроса***

Начальные покупки

Повторные покупки

Методы оценки спроса на товары длительного пользования

Методы прогнозирования спроса на товары длительного пользования

- Определение **начального спроса (Н)** осуществляется путем тестирования рынка.
- **Спрос на замену (З)** прогнозируется, исходя из коэффициентов износа накопленного парка, исчисленных с учетом срока службы предметов, а также их морального старения.
- **Дополнительный спрос (Д)** прогнозируется на основе данных рыночного тестирования.

$$\text{Совокупный спрос} = Н + З + Д$$

Задача

- В 2010 году первичный рынок ноутбуков составил 60%, а дополнительный – 5 % от всего рынка.

Рыночная доля марки «Z» составила 30% от первичного рынка, 20% от замещающего рынка и 70% от рынка дополнительных покупок.

Чему равна рыночная доля марки «Z»?

Задача

. В 2007 году на рынке России появился новый iPhone.
Первичный спрос (штук) на него развивался следующим образом:

2007	2008	2009	2010	2011
3000	6000	20000	30000	40000

На 2012 г. объем первичных покупок оценивается в 45000 штук.
Было установлено, что 50% владельцев iPhone заменяют их на новые модели после 2 –х лет эксплуатации, а остальные после 3 -х лет (включая года покупки).
Каким будет общий спрос в 2012 г.?

Задача

21 млн. семей, имеют в пользовании посудомоечные машины. В среднем на одну семью приходится по 1 посудомоечной машине. Средний срок эксплуатации этого прибора 7 лет.

Каков ежегодный замещающий спрос на посудомоечные машины?

Определение доли рынка отдельной товарной марки

- **Проникновение марки** – процент покупателей данной марки от общего числа покупателей, приобретающих за определенный период товары, к которой эта марка принадлежит.

Степень проникновения = $\frac{\text{Количество покупателей, которые когда-либо приобрели продукт}}{\text{Общее количество потенциальных покупателей}}$

- **Повторное приобретение марки** – процент покупателей, совершающих повторные покупки товара данной марки.
- **Интенсивность потребления марки** - отношение уровня потребления данной марки покупателями, совершающими повторные покупки, к среднему уровню потребления данной категории товаров.

Определение доли рынка отдельной товарной марки FMCG

- **Метод Парфитта - Коллинза («P & C»)**

Определение доли рынка товарной марки на основе интенсивности ее потребления. Применяется в отношении часто приобретаемых потребительских товаров.

Доля рынка марки = $\frac{\text{Проникновение марки} \times \text{Повторное приобретение марки}}{\text{Интенсивность потребления марки}}$

Задача

- Из наблюдений, проводимых в течении года в одном из крупных российских городов, установлено, что 60% покупателей чая приобрели марку «Майский чай». Из них постоянно предпочитали данную марку 50% покупателей. Те кто предпочитает эту марку пьют чая на 20 % больше, чем средний потребитель.

Какова рыночная доля данной марки чая?