

# Определение емкости рынка

## часть 2

Подготовила студентка гр. 1.8 Субботина О. А.

Преподаватель доц. к.т.н. Граецкая О. В.

# Расчет ёмкости рынка, основанный на нормах потребления

$$Q = P_{ij} * N_j ,$$

где Q - емкость рынка;

$P_{ij}$  - доля населения, принадлежащего  $i$ -му сегменту рынка с доходами, позволяющими приобрести объем товаров и услуг в границах  $j$ -го бюджета потребления;

$N_j$  - средневзвешенный норматив потребления определенной группы продукции.

## Достоинства

- Дешевый и быстрый способ, идеален для предварительной оценки емкости рынка

## Недостатки

- Не позволяет оценить емкость рынка по ассортиментным позициям/сегментам;
- Один из самых неточных методов расчета

# Расчет ёмкости рынка, основанный на расчете приведения объемов продаж для различных регионов

## Достоинства

- наиболее дешевым способом расчета емкости рынка;
- Достаточно быстрый способ расчета;
- При использовании в комплексе с опросом потребителей в интересующем регионе дает относительно точные результаты.

## Недостатки

- Недоступность информации для некоторых исследователей ;
- Не учитывает психографические особенности потребителей

# Расчет ёмкости рынка, основанный на экспертных оценках

- Метод средней оценки по индивидуальным оценкам экспертов;
- Метод пессимистических, оптимистических и наиболее вероятностных мнений;
- Метод комиссии;
- Метод «Дельфи».

# Расчет ёмкости рынка, основанный на экспертных оценках

## Достоинства

- Возможность учета доли «теневого» рынка;
- По сравнению с изучением потребителей более быстрый и дешевый способ;
- Данный метод является эффективным при общей оценке емкости рынка за большой период времени

## Недостатки

- Неточность или игнорирование информации по мелким и/или региональным игрокам;
- Сложность сбора информации, частые отказы;
- Возможность предоставления неточной, заведомо ложной информации.

# Емкость рынка на основании данных о товарообороте

$$Q = n * q * p$$

где: Q - емкость рынка;

n - количество потенциальных потребителей;

q - коэффициент пенетрации, единичное потребление на 1 реального потребителя;

p - среднерыночная цена за единицу продукта.

# Емкость рынка посредством комплексной оценки

$$Q = (P_i * N_i * E) + S - (H - W_p - W_m) - A$$

где: Q - емкость рынка;

$P_i$  - доля населения, принадлежащего  $i$ -му сегменту рынка;

$N_i$  - средневзвешенный норматив потребления определенной группы продукции;

$i$  - номер сегмента потребления;

$E$  - коэффициент эластичности спроса по доходу;

$S$  - объем страхового запаса продукта;

$H$  - насыщенность рынка (объем продукта, находящегося в потреблении);

$W_p$  - физический износ товара;

$W_m$  - моральный износ товара;

$A$  - субституты (заменители).

# Оценка емкости рынка



## Факторы, влияющие на выбор метода оценки

- Положение в цепочке создания стоимости (сырье – компоненты – конечные продукты/услуги);
- Уровень концентрации отрасли (монополия – олигополия – ... - сильно фрагментированный рынок)