

РЫНОК И СБЫТ: ПОТЕНЦИАЛ И ПРОГНОЗЫ

Определение и оценка потенциала рынка

- Потенциал рынка соответствует максимальной емкости рынка, которая, как считает фирма, могла бы быть достигнута в будущий период (максимальный объем продаж на рынке в целом за данный период)

Для проведения оценки необходимо выполнить три этапа:

- *Определить вероятные рыночные сегменты*
- *Оценить число покупателей в каждом сегменте*
- *Оценить число товаров, которые будут куплены*

Таблица 1 – Расчет потенциала рынка

Период	Сегменты рынка	Общее число покупателей в каждом сегменте, млн, А	Вероятный процент тех, кто сделает покупку, %, В	Число покупателей, которые, вероятно, сделают покупку $C = A \times B$, млн	Число единиц товара, которое, вероятно, будет куплено, D	Расчет потенциала сегмента, млн ед. $E = C \times D$	Потенциал рынка, млн ед. Сумма всех E
3 года после вывода	Сегмент 1	10	50	5	5	25	27,4
	Сегмент 2	6	20	1,2	2	2,4	
	Сегмент 3	8	0	0	0	0	
6 лет после вывода	Сегмент 1	11	70	7,7	6	46,2	58,6
	Сегмент 2	6	40	2,4	4	9,6	
	Сегмент 3	7	10	0,7	4	2,8	
10 лет после вывода	Сегмент 1	12	70	8,4	7	58,8	93,0
	Сегмент 2	6	50	3,0	6	18	
	Сегмент 3	6	30	1,8	9	16,2	

Определение и оценка потенциала сбыта

- потенциал сбыта соответствует максимальному объему продаж, которого может достичь фирма

Таблица 2 – Расчет потенциала сбыта

Период	Потенциал рынка, млн ед., А	Потенциал рыноч- ной доли фирмы, %, В	Потенциал сбыта, млн ед., $C = A \times B$
3 года после вывода на рынок	27,4	10	2,74
6 лет после вывода на рынок	58,6	20	11,72
10 лет после вывода на рынок	93,0	30	27,9

- Потенциал рынка соответствует максимальному объему сбыта, которого фирма ожидает на рынке за данный период времени.
- Потенциал сбыта равен максимальному объему сбыта, которого может добиться фирма за соответствующий период времени.

Определение и прогнозирование емкости рынка

- методы экспертной оценки
- временные методы
- методы причинного фактора

Методы экспертной оценки

- *Экспертная оценка руководителя*
- *Метод Delphi*

Временные методы

- *Экспертная экстраполяция*
- *Линейная экстраполяция*
- *Скользящее среднее*
- *Экспоненциальное сглаживание:*

**Прогноз сбыта_{t+1} = a x Фактический сбыт_t +
(1 - a) x Прогноз сбыта_t**

Методы причинного фактора

- метод множественного регрессионного анализа.

Определение и составление прогноза сбыта

- Прогноз сбыта соответствует ожидаемому сбыту фирмы за определенный период в будущем, часто за следующий год.

Прогнозирование сбыта методом сверху вниз

- **Прогноз сбыта = Прогноз емкости рынка x Прогноз доли рынка**

Прогнозирование сбыта сверху вниз

Сегмент рынка	Прогноз емкости сегмента, млн ед.	Прогноз доли рынка, %	Прогноз сбыта в сегменте, млн ед. $C = A \times B$	Прогноз сбыта, млн ед. Сумма всех C
Сегмент 1	120	10	12	53
Сегмент 2	70	20	14	
Сегмент 3	90	30	27	

Прогнозирование сбыта методом снизу вверх

- Фирма собирает прогнозы от отдельных продавцов для составления общего прогноза сбыта

Синтетический прогноз сбыта

- Прогноз сверху вниз составляется в процессе маркетингового планирования;
- Отдел сбыта независимо готовит прогноз методом снизу вверх.