

#СТИКЕР_ПРОГРАММЫ



КРИВОШЕЕВА ЕКАТЕРИНА

ТЕМА ВЫСТУПЛЕНИЯ:
«Рынок. Методы оценки. Объем рынка»

- * Маркетинговый консультант среднего и малого бизнеса
- * Автор книг по маркетингу, маркетинговому анализу и исследованиям, которые продаются на крупных книжных маркетплейсах России
- * Преподаватель кафедры рекламы и связи с общественностью ФГБОУ ВО «КубГТУ»
- * Кандидат экономических наук по направлению «Маркетинг»





Да! Но надо понять,
на каком рынке ты
будешь работать

Хочу открыть
своё дело !

И как же
изучить рынок ?



ЛОГИКА И
РАСЧЕТ

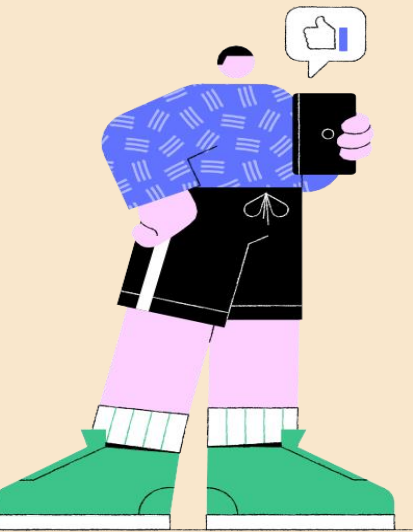
~~ЭМОЦИИ~~



РЫНОК

1) взаимодействие продавцов и покупателей

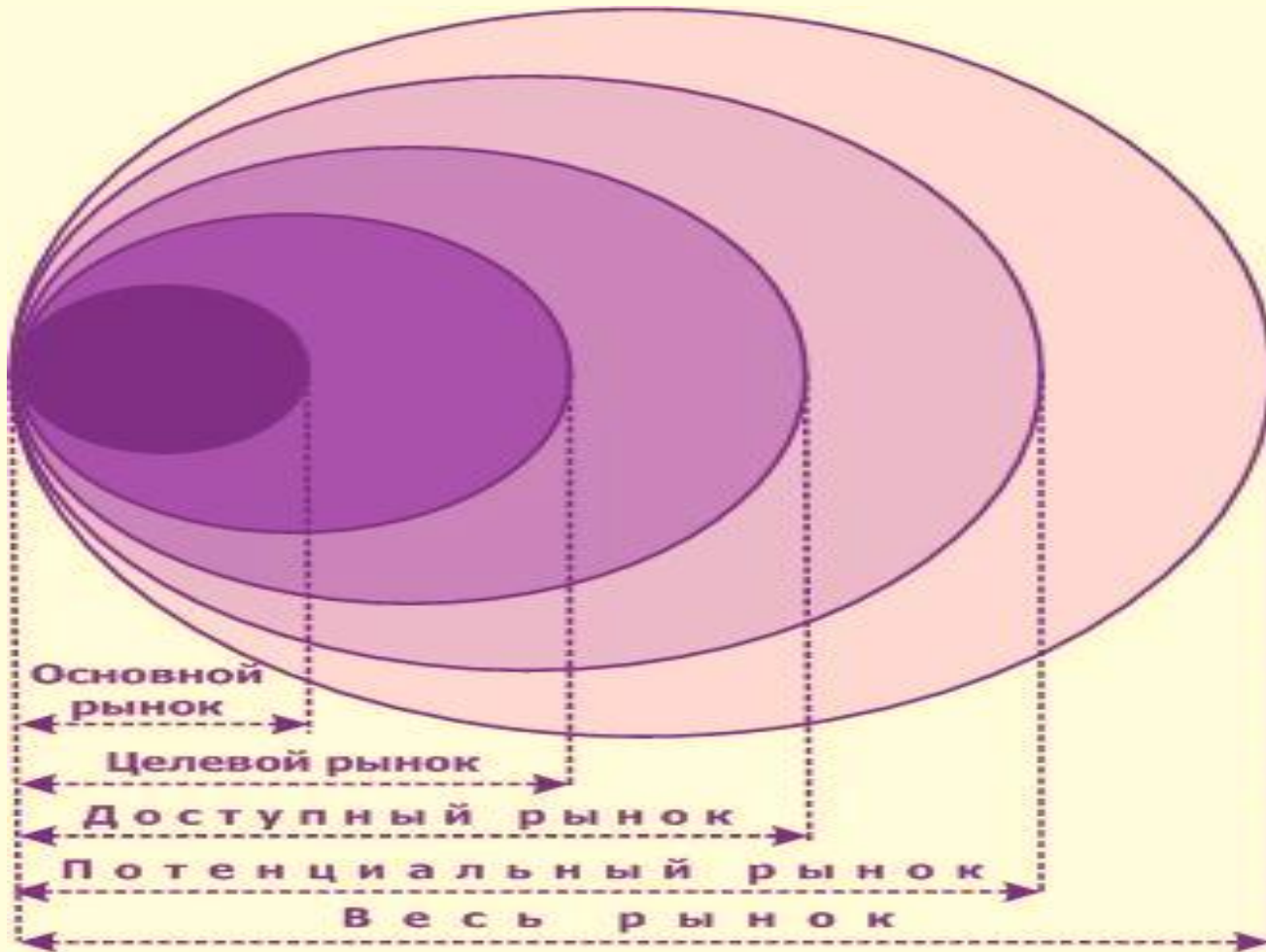
2) система отношений между спросом и предложением



3) совокупность покупателей нашего товара и людей, которые потенциально могут в будущем приобретать наш товар



ВИДЫ РЫНКОВ





ВОПРОС

Кто является
потребителем на рынке
хлеба?



1. Самый большой - «ВЕСЬ РЫНОК»»

весь рынок одного определенного
товара



* в этом случае подразумеваются все деньги,
которые могут быть потрачены на данный товар

До **ВСЕГО**
рынка мы
добраться
не можем!

2. «ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ РЫНОК»

рынок, где потенциальные покупатели
в силу тех или иных обстоятельств могут
приобрести товар



* для рынка хлеба исключим из "всего рынка" тех
людей, которые по каким-то причинам не станут
покупать хлеб ("худею!")

или ???

3. «ДОСТУПНЫЙ РЫНОК»

рынок, до которого мы можем добраться



* «я продаю хлеб только в определенном микрорайоне»
(территориальный признак)

ИЛИ

* «я продаю хлеб только для диабетиков»
(сегментационный признак)

4. «ЦЕЛЕВОЙ РЫНОК»

рынок, выделенный как наиболее привлекательный участок, на котором бизнес сосредотачивает свою деятельность



* для хлебного магазина это будут те, кто живет или работает рядом, не все люди, которые проходят мимо магазина

Рынок, на который мы ориентируемся

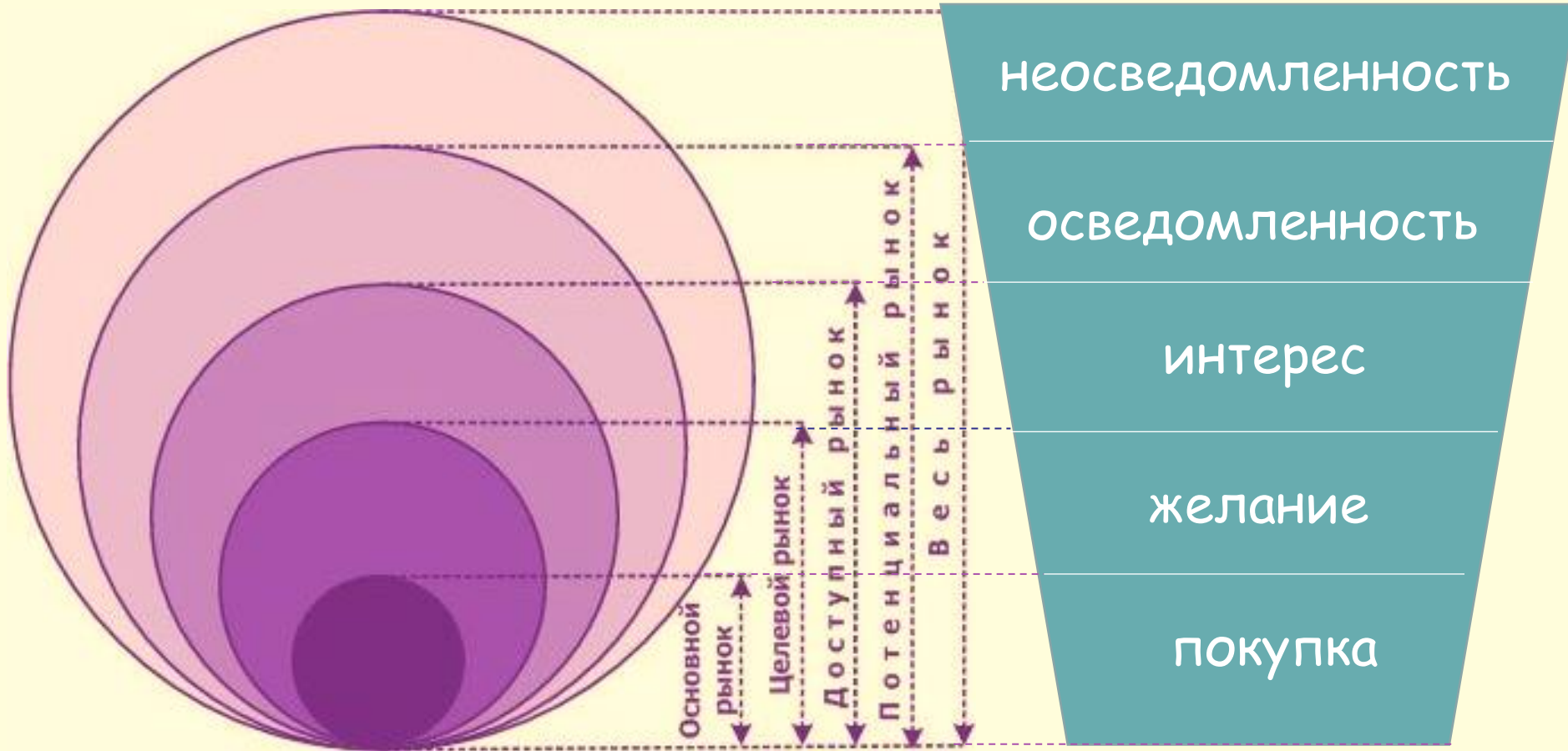
5. «ОСНОВНОЙ РЫНОК»

потребители, до которых мы уже добрались
или можем гарантированно добраться и
сделать своими покупателями



* приезжают/приходят покупать хлеб именно
в наш хлебный магазин

КАК ИХ
УДЕРЖАТЬ
?



РЫНКИ

ВОРОНКА ПРОДАЖ



ЁМКОСТЬ РЫНКА

объем проданного товара, который может быть реализован на данном рынке обычно за год

В натуральном выражении, штук



В стоимостном выражении, рубли, долл



В объеме товара, литры, кг



В количестве покупателей



Для чего нужно определять ёмкость рынка?

правильно выстроить
стратегию завоевания
ниши рынка

составить обоснованную
программу завоевания
лидирующего места на
отраслевом рынке



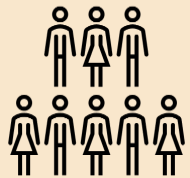


КАК ОПРЕДЕЛИТЬ ЁМКОСТЬ РЫНКА ?

1. Определяем количество потенциальных потребителей
(конфеты предпочитают 75% населения любого региона)



2. Определяем среднюю цену на рынке
(1 кг. конфет в среднем стоит 250 руб)



3. Определяем численность
(численность г. Москва составляет 12 678 079 чел.)



ЁМКОСТЬ РЫНКА = $12\ 678\ 079 \times 0,75 \times 250 = 2377$ млрд. руб.

Для оценки ёмкости рынка используются..

ГОСУДАРСТВЕННАЯ СТАТИСТИКА:

Росстат (rosstat.gov.ru)

Федеральная таможенная служба (customs.gov.ru)

Минэкономразвития РФ (economy.gov.ru)

Минстрой РФ (minstroyrf.gov.ru)

Минтранс РФ (mintrans.gov.ru)

Минсельхоз РФ (mcsx.gov.ru)

Управление Федеральной службы государственной статистики
по Краснодарскому краю и Республике Адыгея

Адрес: г. Краснодар, Орджоникидзе ул., 29.

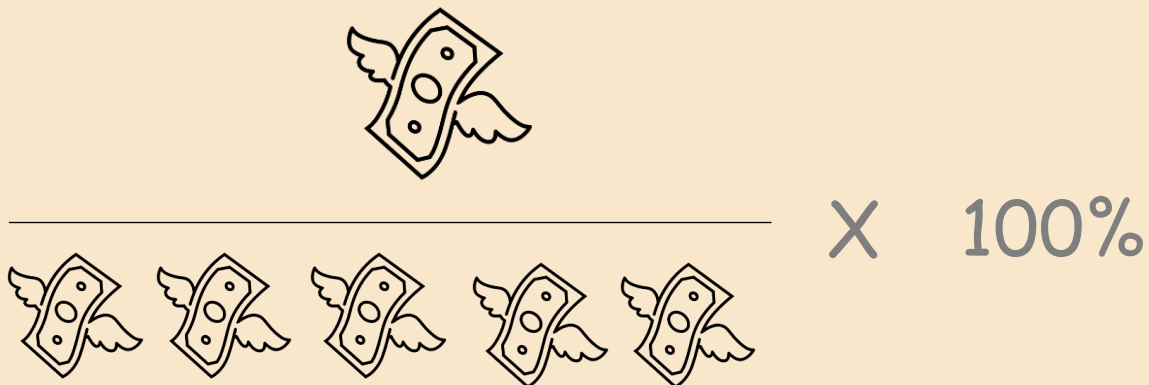


<https://krsdstat.gks.ru>

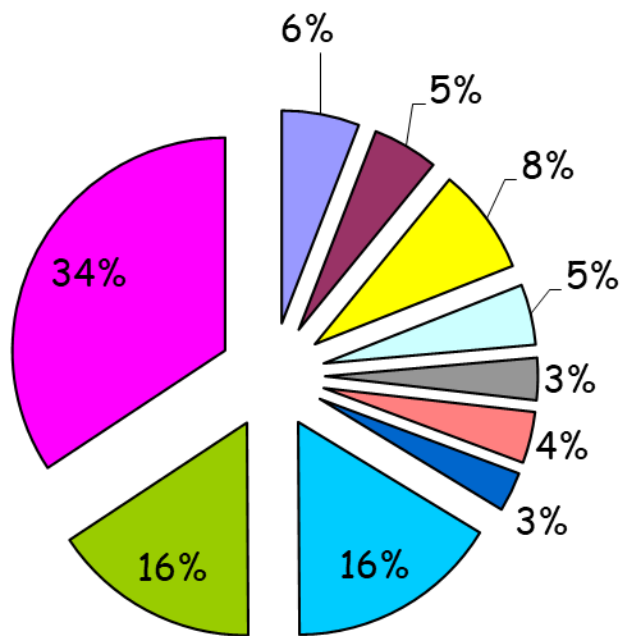


ДОЛЯ РЫНКА

часть рынка, которую занимает предприятие



ПРИМЕР



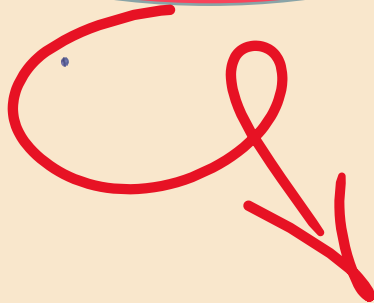
Доля рынка, занимаемая
производителями
хлебопекарных изделий Кр. края

- Армхлеб
- Афипский хлебокомбинат
- Ахтырский хлебозавод
- Кропоткинский хлебозавод
- Лазаревский хлебозавод
- Новокубанский хлебозавод
- Апшеронский хлебозавод
- Краснодарский хлебозавод № 3
- Каравай
- Краснодарский хлебозавод № 6



НАСЫЩЕННОСТЬ РЫНКА

показатель, который определяется отношением числа потребителей, уже купивших товар к общему числу потребителей



$\times 100\%$

Чем меньше значение, тем перспективнее рынок для сбыта товаров

РЫНОЧНАЯ
НИША

ПРИМЕР



сегмент рынка, не освоенный
предпринимателями

КАКИЕ
РЫНОЧНЫЕ
НИШИ ВЫ
ЗНАЕТЕ ?



КАК ВЫБРАТЬ НИШУ?

ПЕРВАЯ БУКВА ИМЕНИ

А ИЗГОТОВЛЕНИЕ
Б ПРОИЗВОДСТВО
В ДИЗАЙН
Г СКЛАД
Д РАЗРАБОТКА
Е СОЗДАНИЕ
Ж ОПТИМИЗАЦИЯ
З ПРОДАЖА
И РЕМОНТ
К ЗАВОД
Л УДВОЕНИЕ
М МАГАЗИН
Н ПЛАВЛЕНИЕ
О СТРОИТЕЛЬСТВО
П НАСТРОЙКА
Р МОНТАЖ
С ОФОРМЛЕНИЕ
Т СЪЕМКА
У АУТСОРС
Ф ОБУЧЕНИЕ
Х УВЕЛИЧЕНИЕ
Ц ПРОДВИЖЕНИЕ
Ч ВЕДЕНИЕ
Ш ШИТЬЁ
Щ ПОКРАСКА
Э ВЫПЕЧКА
Ю ВЯЗАНИЕ
Я ПЕЧАТЬ

ПЕРВАЯ БУКВА ФАМИЛИИ

А БУЛОЧЕК
Б ЗАГОРОДНЫХ ДОМОВ
В КВАДРОКОПТЕРОВ
Г ИНСТАГРАМ-АККАУНТОВ
Д БУМАЖНЫХ ПОЛОТЕНЕЦ
Е ГРУЗОВИКОВ
Ж БАННЫХ ВЕНИКОВ
З СКЛАДСКИХ ПОМЕЩЕНИЙ
И БУХГАЛТЕРИИ
К КОМПЬЮТЕРОВ
Л ТЕХНИКИ APPLE
М КВАРТИР
Н ЭЛИТНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ
О ПЛЕДОВ С РУКАВАМИ
П ПРИБЫЛИ
Р АВТОВОРОНОК
С УПАКОВОЧНОЙ ПЛЕНКИ
Т ПРИВОДНЫХ РЕМНЕЙ
У ЩЕБНЯ
Ф КРАБОВ
Х КЛЕЩЕЙ
Ц СОЦ. СЕТЕЙ
Ч ЛЕНДИНГОВ
Ш ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ
Щ ПУХОВИКОВ
Э ЖЕНСКОЙ ОДЕЖДЫ
Ю МУЖСКИХ ТУФЕЛЬ
Я ЯНДЕКС ДИРЕКТА

ДЕНЬ РОЖДЕНИЯ

1 ОПТОМ
2 ПОД КЛЮЧ
3 БЕЗ ПРЕДОПЛАТЫ
4 ЗА РЕЗУЛЬТАТ
5 С ГАРАНТИЕЙ 100 ЛЕТ
6 ОТ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ
7 СО СКЛАДА
8 В ЧЕБОКСАРАХ
9 ЗА 1 ЧАС
10 ПО ПОЛНОЙ ПРЕДОПЛАТЕ
11 БЕЗ СМС
12 ОНЛАЙН
13 БЕЗ РЕГИСТРАЦИИ
14 В РОЗНИЦУ
15 НА 20% БЫСТРЕЕ
16 С БЕСПЛАТНОЙ ДОСТАВКОЙ
17 В МОСКВЕ
18 В ПИТЕРЕ
19 ПО ВСЕЙ РОССИИ И СНГ
20 ЗА 2 МЕСЯЦА
21 ПО ВСЕМУ МИРУ
22 С ГАРАНТИЕЙ РЕЗУЛЬТАТА
23 БЕЗ ГАРАНТИИ
24 БЕЗ ВЛОЖЕНИЙ
25 В ИЖЕВСКЕ
26 ПО КАЗАХСТАНУ
27 В УКРАИНЕ
28 БЕСПЛАТНО
29 ДОРОГО
30 ПО ВСЕМУ МИРУ
31 В ЭЛЕКТРОСТАЛИ

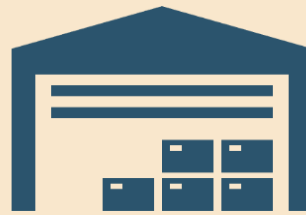






КЕЙС

150 млн. руб



Новый конкурент -
логистический
центр



Поставки товара -
270 млн. руб



114 млн. руб



92 млн. руб



45 млн. руб



Спрос на товар -
330 млн. руб

1.

На данном рынке **3 игрока**



Доля на рынке № 1 - 45%



Доля на рынке № 2 - 37%



Доля на рынке № 3 - 18%

№ 1 = 114 млн. руб / 251 млн. руб × 100%

№ 1 = 92 млн. руб / 251 млн. руб × 100%

№ 1 = 45 млн. руб / 251 млн. руб × 100%

251 = 114 + 92 + 45

КТО
ЛИДЕР НА
РЫНКЕ ?

2.

Спрос > Предложения**(330 млн. руб) > (270 млн. руб)**

Это значит, что на рынке есть еще возможность со стороны потребителя приобрести достаточное количество товара

НА СКОЛЬКО %
СПРОС БОЛЬШЕ
ПРЕДЛОЖЕНИЯ

?



3.

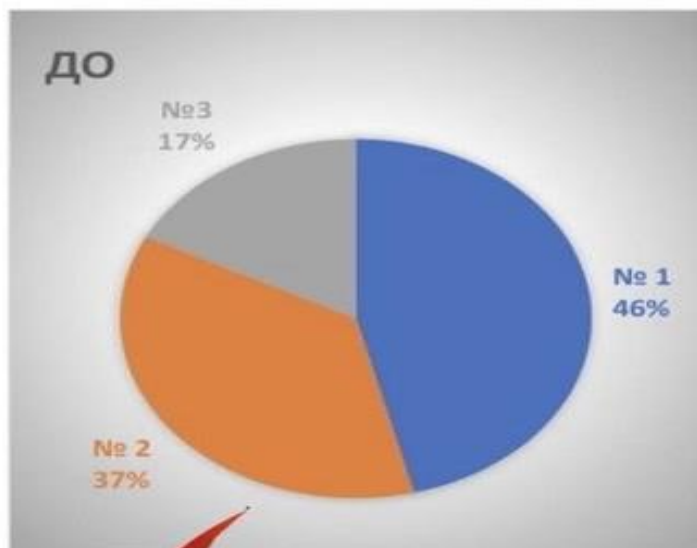


150 млн. руб

Угроза со стороны нового конкурента - логистического центра составляет 37 %

$150 \text{ млн. руб} / 401 \text{ млн. руб} \times 100\%$

$$401 = 114 + 92 + 45 + 150$$

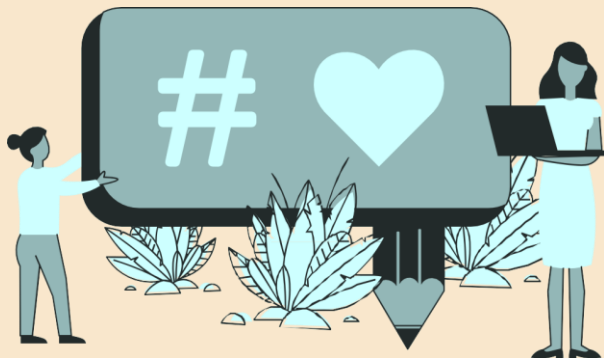


**Доля предприятий строительных смесей
ДО и ПОСЛЕ появления нового
конкурента**



ВОПРОС

Какие могут быть
сценарии развития
на рынке ?





БУДЬТЕ В МАРКЕТИНГЕ!



be_in_marketing