

Сессия 1

Концепции анализа спроса



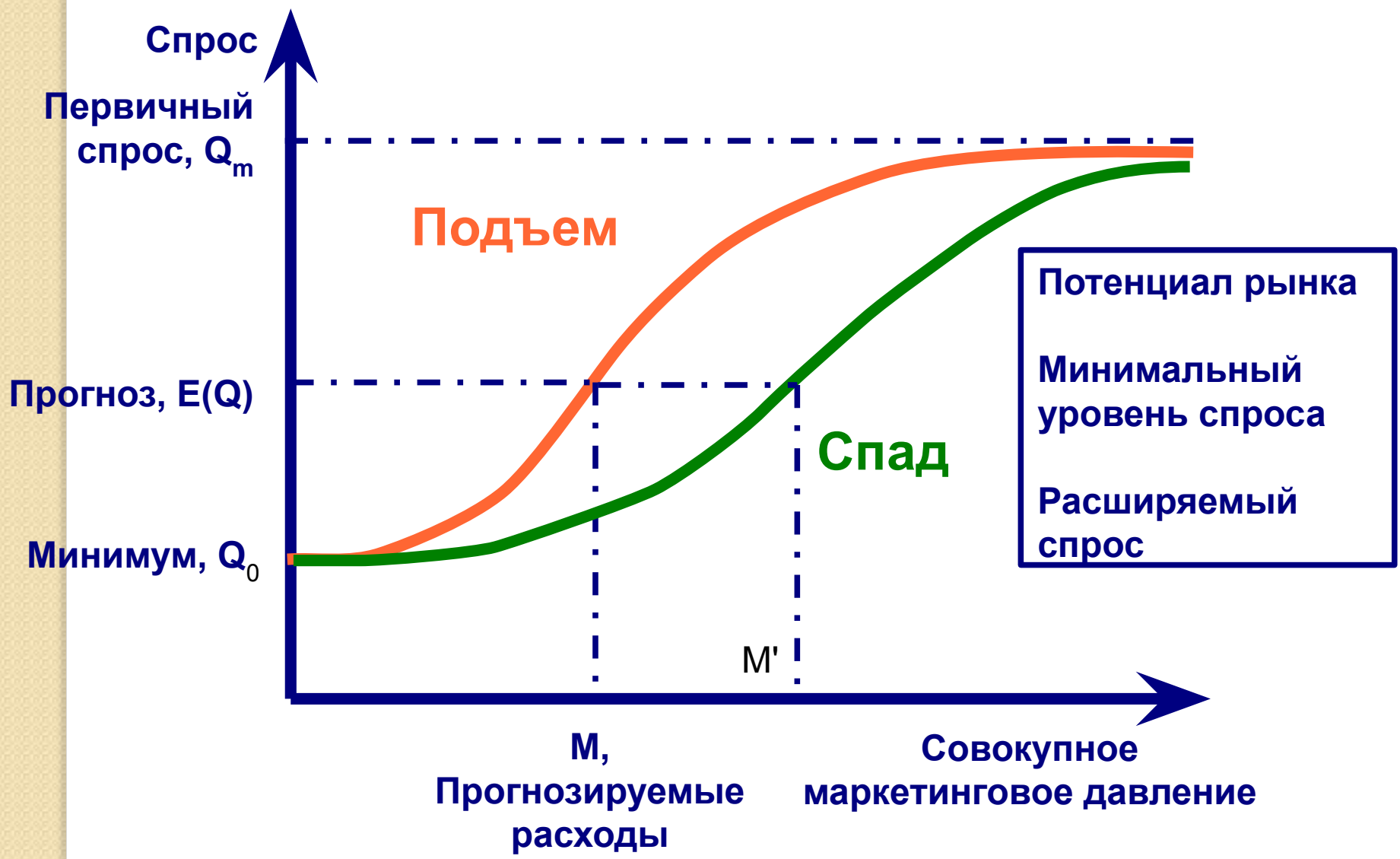
Виды спроса

Первичный спрос

Спрос на
категорию
товара

**Спрос на
марку**

Потенциал рынка



Абсолютный и текущий потенциал рынка

Абсолютный потенциал рынка (АПР) — соответствует общему объему продаж (в натуральных и денежных показателях) в случае если:

- Товар используют все, кто способен это сделать
- Товар используется при каждой удобной возможности
- Товар используется в максимально возможном объеме

Текущий потенциал рынка (ТПР) — это предел, к которому приближается первичный спрос при совокупном объеме маркетинговых усилий, стремящихся к бесконечности в данной среде и в данный момент времени

Детерминанты спроса

Детерминанты спроса могут быть **внешними (неуправляемыми)** и **внутренними (управляемыми)**:

Внутренние:

Товар

Место

Цена

Реклама

Продажа (личная)

Внешние:

Потребители

Посредники

Конкуренты

Макросреда

Сессия 2

Структура первичного спроса



Спрос на потребительские товары

Спрос на потребительские товары в натуральном выражении:

$$Q = n \times q$$

Спрос на потребительские товары в денежном выражении:

$$R = n \times Q \times P$$

n — число покупателей

q — число покупок одного покупателя

P — средняя цена товара

Спрос на FMCG товары

... обычные товары

■ количество потенциальных потребителей

■ доля потребителей, использующих товар (уровень охвата рынка)

■ размер и частота покупок (уровень проникновения на рынок)

... связанные с товарами долговременного пользования

■ количество потенциальных потребителей

■ процент потребителей, владеющих товаром длительного пользования

■ частота использования товара

■ средний разовый объем потребления

Спрос на товары LUCG (длительного пользования)

Факторы спроса:

- количество действительных пользователей и темп увеличения оснащенности оборудованием
- количество новых пользователей и темп увеличения оснащенности оборудованием

При этом нужно помнить о сроке службы...

- имеющиеся товары длительного пользования
- срок службы оборудования $d = 100 / T$
- скорость выбывания (истечения срока службы) товара
- эффект появления субститутов
- коэффициент изменения количества пользователей

Спрос на потребительские услуги

Спрос на услуги можно подсчитать так же как и на потребительские товары, однако есть особенности услуг, которые накладывают отпечаток на анализ спроса:

■ **Неосязаемость** — услуги нельзя ощутить до того как они будут оказаны

■ **Несохраняемость** — услуги нельзя произвести «впрок» и сохранить для использования

■ **Неотделимость от исполнителя** — и клиент и исполнитель принимают в оказании услуги непосредственное участие

■ **Непостоянство качества** — некоторые услуги нельзя оценить не только до оказания, но и *после*

Классификация услуг

- **Неквалифицированные бытовые услуги**
- **Квалифицированные бытовые услуги**
- **Профессиональные услуги**
- **Массовые потребительские услуги**
- **Высокотехнологичные деловые услуги**

Менеджмент в сфере услуг

Степень взаимодействия и кастомизации



Менеджмент в сфере услуг

Существует четыре разных способа оказания услуг:

■ **Фабрика услуг** — автоперевозки, грузоперевозки, гостиницы, курорты

■ **Сервисные мастерские** — больницы, станции ремонта автомобилей, рестораны

■ **Массовые услуги** — розничные торговцы, школы, прачечные, профессиональные химчистки

■ **Профессиональные услуги** — врачи, юристы, бухгалтера, архитекторы

Спрос на товары
производств. назначения

**Спрос на товары
производственного назначения
является производным от
спроса на потребительские
товары или услуги**

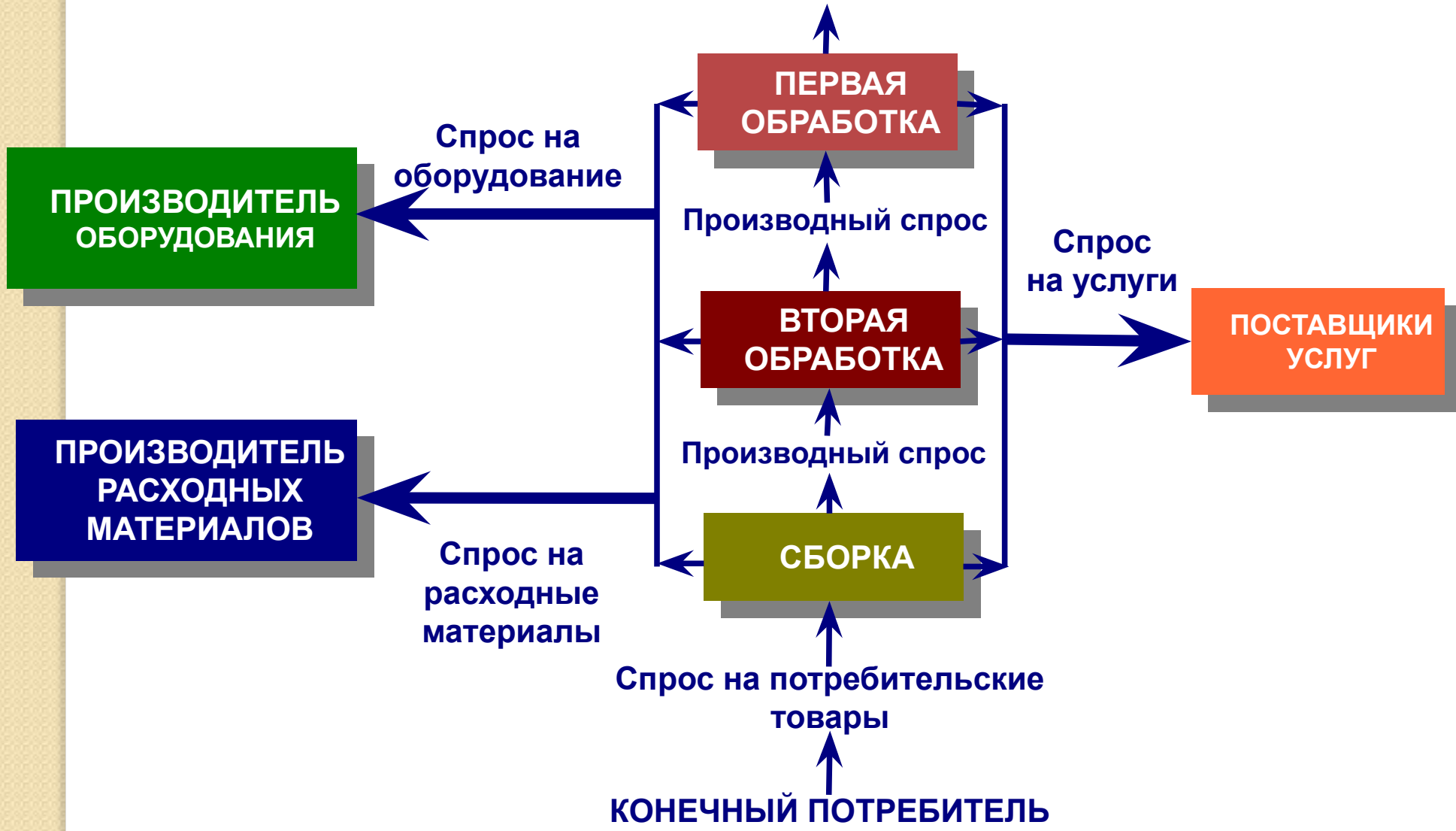
Спрос на расходные материалы и комплектующие

- количество потенциальных промышленных пользователей
- доля действительных пользователей
- средняя активность (загрузка производственных мощностей) действительного пользователя
- объем потребления в расчете на одно использование

Спрос на промышленное оборудование

- количество компаний, оснащенных оборудованием**
- увеличение производственных мощностей**
- количество фирм, являющихся новыми пользователями**
- производственные мощности**

Спрос на промышленное оборудование



Спрос на промышленное оборудование (замена)

**Спрос обусловленный заменой оборудования,
определяется следующими факторами:**

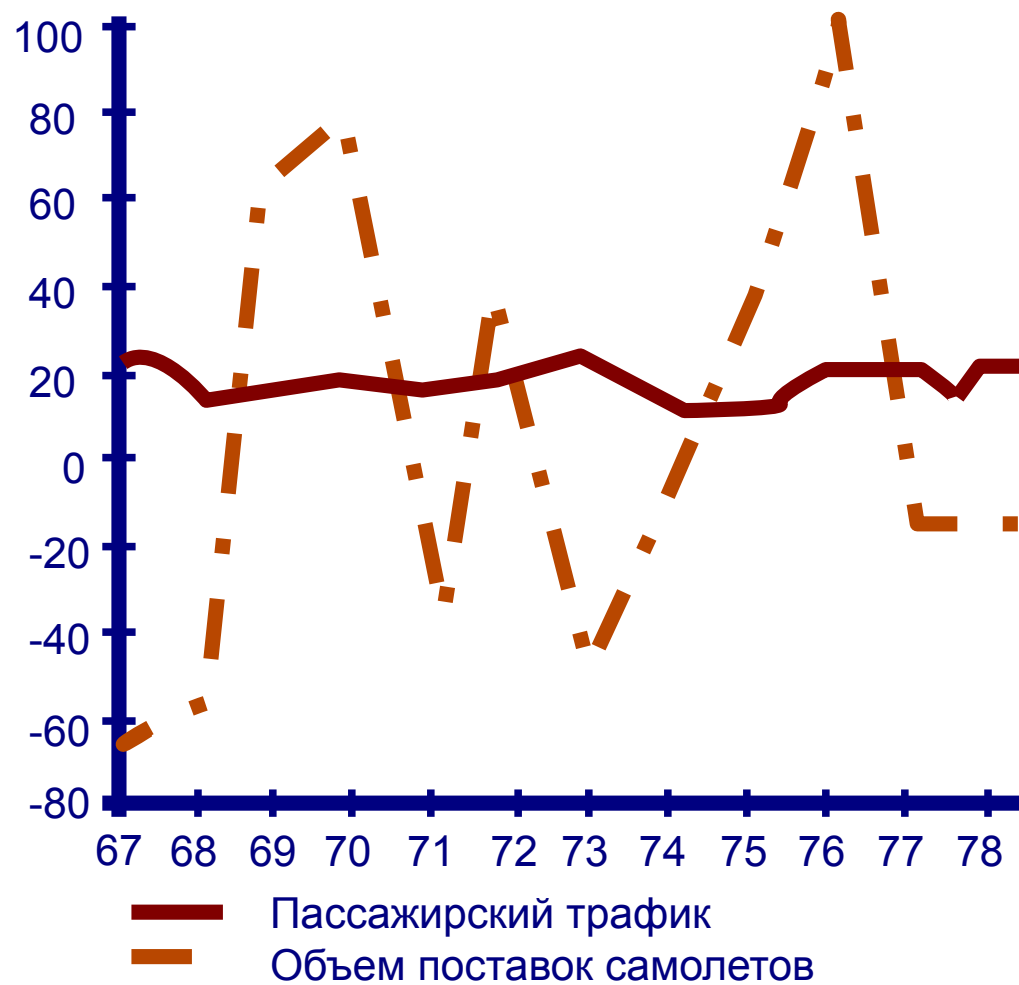
- размером существующего парка**
- распределением существующего парка по возрасту и его технологическим уровнем**
- распределением сроков службы оборудования**
- частотой замены оборудования**
- эффектом снижения производственной мощности**

Эффект ускорения

Добыча нефти и газа и объем поставок турбин



Количество пассажиров и объемы поставок самолетов



Эффект ускорения

Эффект **резкого** падения спроса на промышленное оборудование, в результате даже **незначительного** падения спроса на рынке потребительских товаров называется эффектом...

АКСЕЛЕРАЦИИ

Ввиду этого, фирмам-поставщикам промышленного оборудования стоит подумать о том, чтобы **анализировать и стимулировать** спрос не только на свою продукцию, но и на...

***продукцию своих
потребителей***

Анализ возможностей роста

Для анализа возможностей роста необходимо изучить **разрыв между текущим и абсолютным уровнями спроса**

- **разрывы в дистрибуции**
- **разрывы в использовании**
- **разрыв в продуктовой линии**

Разрыв в дистрибуции

- **разрыв в охвате**

Количество охваченных регионов

- **разрыв в проникновении**

Присутствие в магазинах в региона

- **разрыв в экспозиции**

Занимаемая площадь в магазинах

Разрывы в использовании

- **разрыв неиспользования**

Не пользуются совсем

- **разрыв неактивного пользователя**

Пользуются, но редко

- **разрыв неактивного использования**

Пользуются, возможно часто, но в малом количестве

Разрывы в продуктовой линии

Разрыв в...


 ... количестве

 ... качестве

 ... опциях

 ... сегментах

 ... стиле

 ... марках
дистрибьюторов

 ... форме