

# Сессия 1

## Концепции анализа спроса



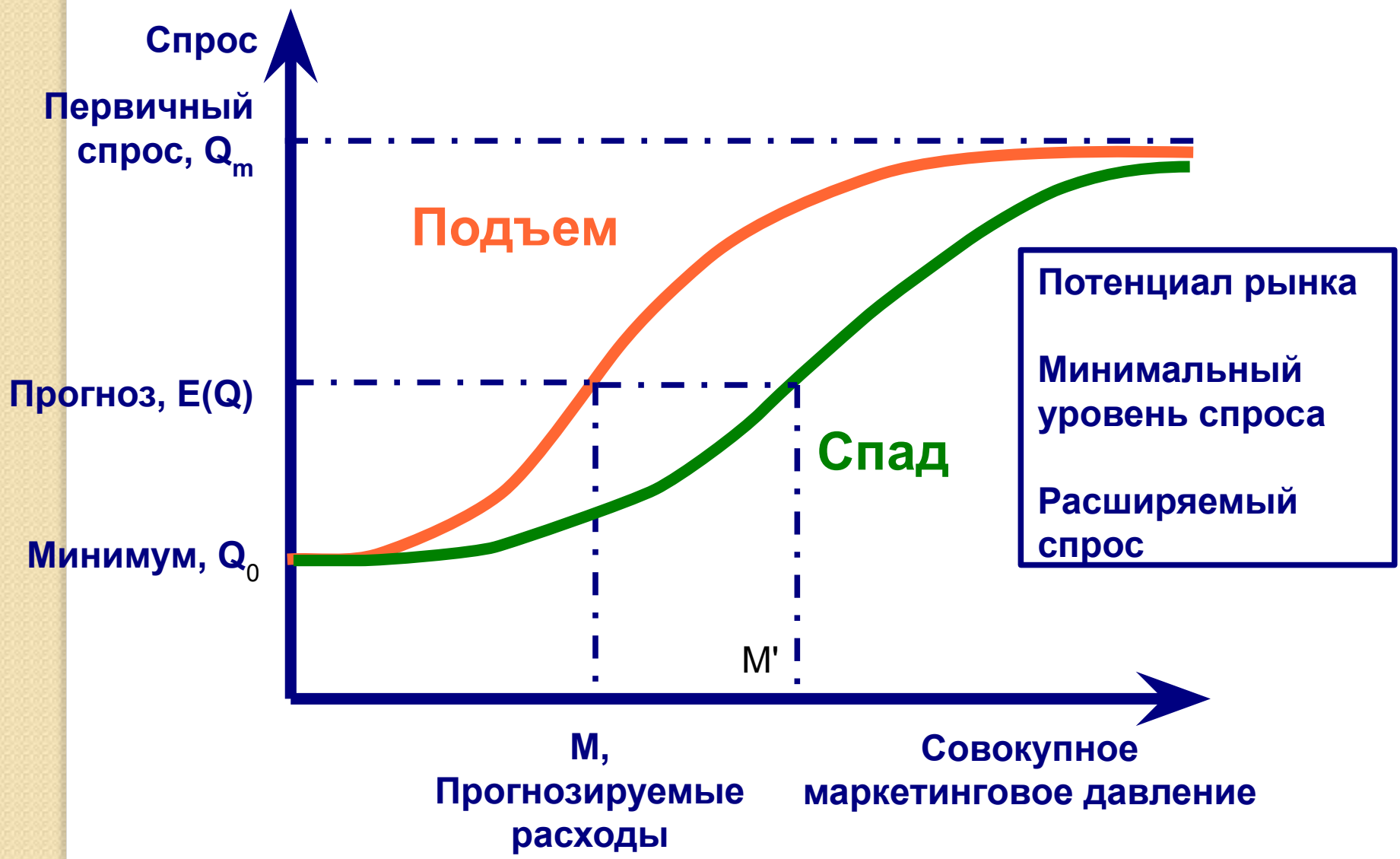
# Виды спроса

**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

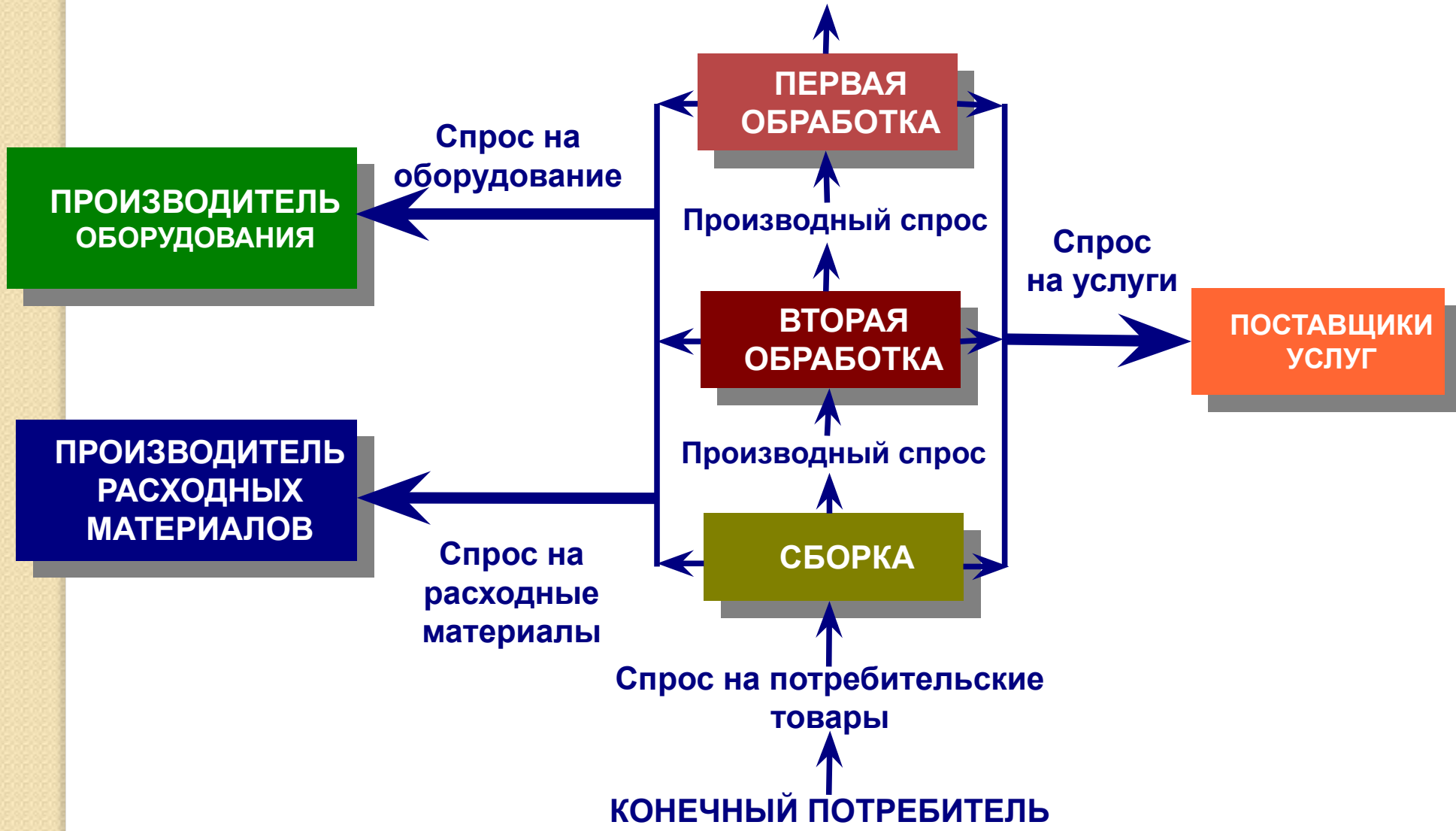
- количество потенциальных промышленных пользователей
- доля действительных пользователей
- средняя активность (загрузка производственных мощностей) действительного пользователя
- объем потребления в расчете на одно использование

# 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:**

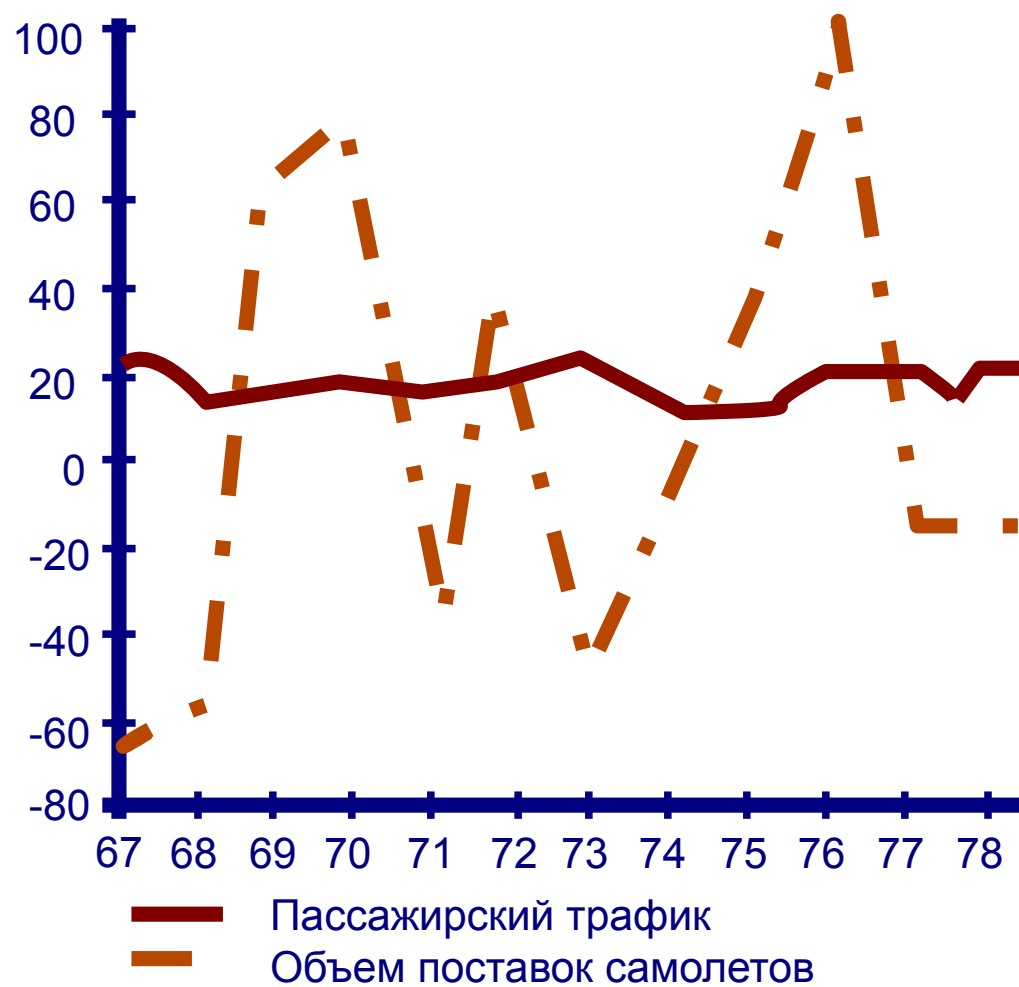
- размером существующего парка**
- распределением существующего парка по возрасту и его технологическим уровнем**
- распределением сроков службы оборудования**
- частотой замены оборудования**
- эффектом снижения производственной мощности**

# 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