



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ЮЖНЫЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Институт высоких технологий и пьезотехники  
Кафедра «Системный анализ и управление»

# Оценка рыночных долей компаний

Подготовили ст. гр. 1.8 1 курс маг  
Ангелова К.В., Скородумов В.В.  
Преподаватель Граецкая О.В.

# Доля рынка

**Рыночная доля** — это процент, который приходится на долю продукции с определенной торговой маркой.

$$\text{Доля фирмы A (\%)} = \frac{\text{Количество проданной продукции фирмой A}}{\text{Общий объем продаж на рынке}}$$

# Количественная оценка доли рынка

- в натуральном выражении

$$\text{Доля рынка по штучным продажам (\%)} = \frac{\text{Штучные продажи (количество)}}{\text{Объем штучных продаж по всему рынку (количество)}}$$

- в стоимостном выражении

$$\text{Доля рынка по объемам продаж (\%)} = \frac{\text{Объем продаж (руб)}}{\text{Общий объем продаж на рынке}}$$

# Оценка относительной доли рынка

**Относительная доля рынка (relative market share)** определяет долю рынка компании или бренда по отношению к доле рынка главного конкурента на рынке.

$$\text{Относительная доля рынка} = \frac{\text{Объем продаж}}{\text{Объем продаж ведущего конкурента}}$$

# Модель Парфитта и Коллинза (P&C)

Доля рынка = Уровень проникновения \* Уровень эксклюзивности \* Уровень интенсивности

# Методы определения доли рынка

1. Рыночный аудит
2. Дневниковая потребительская панель
3. Сканнер-панель
4. Опрос предпочтений
5. Парный опрос предпочтений
6. Шпионаж за персоналом конкурентов
7. Шпионаж за сырьем

# Двухшаговый анализ рыночной доли

1. Количественный анализ;

2. Качественный анализ:

a. анализ потребительских предпочтений;

b. анализ доли с использованием модели Парфитта и Коллинза

Спасибо за внимание!