

# Оценка рыночных долей



## **ОРГАНИЗАЦИЯ И УПРАВЛЕНИЕ НАУКОЕМКИМИ ТЕХНОЛОГИЯМИ И ПРОИЗВОДСТВАМИ**

Преподаватель: Граецкая О.В.

Выполнили: Мельников А.  
Ковенко М.В.

# Доля рынка



Доля рынка характеризует положение компании на рынке относительно конкурентов.

Доля рынка может определяться двумя способами:

- в натуральном выражении;
- в стоимостном выражении.



# Оценка рыночной доли



Под рыночной долей понимается доля совокупных продаж всей продукции, конкурирующей на одном и том же рынке, приходящая на одну конкретную продукцию и обычно выражается в процентах

Интенсивность конкуренции - это степень противостояния между конкурирующими на рынке компаниями .  
Основным этапом анализа конкуренции на рынке является оценка степени подверженности рынка процессам конкуренции на базе анализа основных факторов, обуславливающих интенсивность конкуренции.

# Методики расчета долей рынка



- Индекс Линда
- Индекс Харфиндела-Хиршмана.
- Коэффициент концентрации (CR)
- Коэффициент относительной концентрации
- Коэффициент вариации

# Факторы влияния



# Способы расчета доли рынка



Основная формула для расчета доли рынка проще некуда:

$$D_P = \frac{Q_H}{Q_{\text{ОБЩ}}} \cdot 100\%$$

В формуле  $Q_H$  – это объем продаж анализируемой фирмы, а  $Q_{\text{Общ}}$  – объем всего рынка.

$$D_P = \frac{Q_H}{Q_{\text{общ}}} \times 100\% = \frac{70000}{300000} \times 100\% \approx 23\%$$

# Способы получения данных для анализа



- Торговая панель Нильсена
- Дневники респондентов
- Сканнер-панель

$$V = Z_n + П - В - Z_k$$

# Способы получения данных для анализа



Самый бесхитростный метод – просто задать потребителям интересующие вопросы. Опросный лист для определения доли рынка выглядит примерно так:

№	Содержание вопросов респондентам	Исследуемые торговые марки				
		А	Б	В	.....	Н
1	Объем единичной покупки, натуральные единицы (О)					
2	Частота покупки за определенный период времени (в зависимости от специфики продукта) (Ч)					
3	Цена покупки (если объем продаж выражается в денежных единицах) (Ц)					
4	$O \cdot Ч \cdot Ц \cdot П$					



# Методика Парфитта и Коллинза



Методика Парфитта-Коллинза (P&C) активно используется маркетологами для определения доли товара на рынке. Применяется такая формула:

$$D_p = N \times R \times I$$

Проникновение марки в свою очередь рассчитывается так:

$$N = \frac{\Pi_k}{\Pi_r}$$

Доля повторных покупок в свою очередь считается так:

$$R = \frac{\Pi_d}{\Pi_n}$$

# Методика Парфитта и Коллинза



Далее считаем:

$$N = \frac{50}{250} = \frac{1}{5} = 20\%$$

$$R = \frac{10}{50} = \frac{1}{5} = 20\%$$

$$D_p = 20\% \times 20\% \times 1 = 4\%$$

