

М. А. Голованова

ВИЗНАЧЕННЯ МІСЬКОСТІ РИНКУ ТА РИНКОВИХ СЕГМЕНТІВ

2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»

М. А. Голованова

ВИЗНАЧЕННЯ МІСЬКОСТІ РИНКУ ТА РИНКОВИХ СЕГМЕНТІВ

Навчальний посібник до самостійної роботи студентів

Харків «ХАІ» 2024

УДК 314(075.4)
Г61

Рецензенти: д-р екон. наук, проф. А. В. Федорченко,
д-р екон. наук, проф. О. В. Манойленко

Голованова, М. А.

Г61 Визначення місткості ринку та ринкових сегментів [Електронний ресурс] : навч. посіб. до самост. роботи студентів / М. А. Голованова. – Харків: Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «Харків. авіац. ін-т», 2024. – 23 с.

Викладено методичні матеріали для самостійного визначення місткості й привабливості ринку та ринкових сегментів, закріплення й застосування маркетингових знань і навичок на практиці.

Для студентів економічних спеціальностей очної та заочної форм навчання. Може бути також корисним під час виконання економічної частини дипломного проекту механічних спеціальностей для оцінювання ринку збуту проектованої продукції, розрахунку її місткості й аналізу.

Табл. 14. Бібліогр.: 21 назва

УДК 314(075.4)

© Голованова М. А., 2024
© Національний аерокосмічний
університет ім. М. Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут», 2024

1. МЕТА Й ЗАВДАННЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА

Метою роботи є здобуття студентами знань і набуття навичок для визначення місткості ринку, а також закріплення їх застосування на практиці.

Завдання роботи. Існує багато методів розрахунку місткості ринку, однак універсальних немає. Вибір методу залежить від різних факторів: специфіки бізнесу (типу ринку, виду товару, гостроти конкуренції, етапу життєвого циклу товару й ін.), терміновості й важливості завдання, доступності інформації, наявності трудових і фінансових ресурсів, схеми просування товару до споживача. Іншими словами, кожна група товарів має потребу в індивідуальному підході.

Самостійну роботу спрямовано на формування професійних економічних і маркетингових знань, які повинні мати в ринкових умовах сучасні фахівці й використовувати їх для прийняття виважених стратегічних рішень під час освоєння нових ринків, диверсифікації напрямів діяльності, виходу на ринки з новим товаром, а саме:

- закріплення інтересу студентів до пошуку інформації та розрахунку місткості ринку, ринкових сегментів;
- набуття студентами вмінь і навичок з розрахунку місткості залежно від типу споживачів, типу підприємства, галузі, типу продукції;
- розвиток схильностей і здібностей студентів до правильного застосування маркетингових способів планування діяльності підприємства на основі інформації про місткість ринку;
- закріплення теоретичних знань і розвиток навичок при вирішенні практичних завдань дослідження ринку, що формуються на підприємстві;
- обґрунтування вибору методів визначення місткості ринку (ринкових сегментів) та їх привабливості;
- складання об'єктивних висновків й обґрунтування управлінських рішень (практичних рекомендацій) для підвищення ефективності (результативності) маркетингової діяльності суб'єкта ринку;
- теоретичне грамотне й логічне послідовне викладення результатів досліджень у вигляді пояснювальної записки.

Після виконання самостійної роботи студент повинен **уміти**:

- застосовувати здобуті теоретичні знання щодо методів розрахунку місткості ринку, підприємств;
- користуватися основними джерелами інформації щодо місткості ринку;
- орієнтуватися в основних підходах стосовно проведення маркетингових досліджень для визначення місткості ринку;
- застосовувати економіко-математичні моделі визначення місткості ринку;

- застосовувати сучасні методи й засоби збирання й оброблення інформації;
- застосовувати отримані теоретичні знання під час вирішення конкретних поставлених завдань, пов'язаних з розвитком ринків, підприємств, окремих товарів, вирішувати ситуаційні завдання.

2. СТРУКТУРА Й ОФОРМЛЕННЯ РОЗРАХУНКОВОЇ РОБОТИ

Розрахункову роботу має бути виконано у вигляді пояснювальної записки, у якій викладено всі матеріали проведеної роботи.

Структура пояснювальної записки:

- титульний аркуш (дод. 1);
- аркуш завдання на роботу (дод. 2), завдання формується за варіантами (дод. 3);
- основна розрахункова частина;
- висновки;
- перелік використаних джерел;
- додатки (якщо необхідно).

Оформлення роботи має відповідати вимогам чинних стандартів до оформлення звітів у сфері науки й техніки, стандартів з бібліотечної та видавничої справи.

3. ПОРЯДОК ПОДАННЯ Й ОЦІНЮВАННЯ РОЗРАХУНКОВОЇ РОБОТИ

Розрахункова робота виконується протягом семестру й подається на перевірку не пізніше останнього тижня (до підсумкового тижня).

Робота оцінюється в балах, максимальний бал – 25. Розподіл балів за виконання окремих завдань розрахункової роботи наведено в аркуші завдання в дод. 2.

4. ФОРМУВАННЯ ІНДИВІДУАЛЬНОГО ЗАВДАННЯ

Розрахункова робота є типовою, але кожен варіант різниться товаром, що досліджується, і регіоном України (область, обласний центр, будь-який населений пункт або регіон, який задано для дослідження).

Варіанти завдань наведено в дод. 1.

Кожен варіант містить також індивідуальні завдання, які формують проблематику дослідження. Варіант розрахункової роботи задається викладачем.

Вихідні дані (табл. 1, 2) для виконання самостійної розрахункової роботи задаються викладачем (див. табл. 1) і містяться в дод. 1.

Таблиця 1

Товар	
Ринок географічний	
Тип споживача	

Таблиця 2

Параметр	Сегмент ринку		
	А	В	С
Частка підприємства, %			
Структура попиту на ринку за сегментами, %			
Приріст (спад) ринку			
Прогнози на плановий рік	Місткість сегмента		
	Частка підприємства, %		
	Змінення заробітної плати	За даними Державної служби статистики України [12]	
	Змінення рівня цін		
Рівень рентабельності продукції, %			
Рівень насиченості попиту			
Вплив сприятливих факторів на приріст сегмента			
Вплив несприятливих факторів на приріст сегмента			
Інші фактори, що мають значення для сегмента			

Студент може запропонувати власний товар для дослідження та сформулювати проблемні пошукові запитання, вибрати регіон за умови письмового погодження з керівником, обґрунтувавши своє рішення належним чином і довівши, що запропонована тема є актуальною, має практичну значущість і відповідає професійній спрямованості дисципліни.

5. РОЗРАХУНОК МІСТКОСТІ РИНКУ Й ВИЗНАЧЕННЯ ПРИВАБЛИВОСТІ РИНКОВИХ СЕГМЕНТІВ

При розрахунку місткості ринку й визначення привабливості ринкових сегментів слід виконати такі завдання:

- 1) провести аналіз вторинних джерел інформації (щонайменше п'ять джерел) і визначити місткість ринку згідно з даними кожного джерела;
- 2) розрахувати кількість потенційних споживачів (цільову аудиторію), виходячи з описаних параметрів;

- 3) розрахувати місткість ринку за нормами споживання;
- 4) визначити місткість ринку на основі опитування споживачів товарів;
- 5) обчислити місткість ринку з урахуванням імпортно-експортних операцій;
- 6) визначити місткість ринку на основі економіко-математичного моделювання;
- 7) розрахувати місткість ринку у вартісних показниках;
- 8) визначити середнє значення місткості ринку;
- 9) визначити привабливість ринкових сегментів і вибрати перспективний ринковий сегмент;
- 10) зробити висновки.

Методологічні підходи для виконання окремих пунктів завдання містяться в посібнику [11].

5.1. Визначення місткості ринку на основі аналізу вторинних джерел інформації

Провести наліз вторинних джерел інформації (щонайменше п'ять джерел) і визначити місткість ринку України згідно з даними кожного джерела. Результати аналізу занести до табл. 3.

Таблиця 3

№ п/п	Бібліографічний опис або URL, фото текстового носія або скріншот екрана	Місткість ринку, од. виміру
1		
2		
3		
4		
5		

На основі дослідженої інформації зробити висновок про загальний стан і місткість ринку.

5.2. Визначення потенційної місткості ринку заданого регіону на основі складеного портрету споживача

1 Проаналізувати статистичні дані щодо кількості населення заданої області (міста) за даними Держкомстату України [12].

Усього в Україні _____ осіб.

Усього в _____ області _____ осіб.

У тому числі:

чоловіків _____ жінок _____

Зробити поділ цільової аудиторії:

- за віком (табл. 4);
- за віковими групами (табл. 5); вікові групи позначити відповідно до специфіки споживання товару.

Таблиця 4

Вік	Усього	Чоловіки	Жінки

Таблиця 5

Вікова група	Усього	Чоловіки	Жінки

2. Описати портрет споживача, виходячи з таких параметрів: вік, стать та інші характеристики:

3. Розрахувати кількість потенційних споживачів (цільову аудиторію), виходячи з описаних параметрів:
_____ осіб.

5.3. Розрахунок місткості ринку за нормами споживання

1. Визначити норми споживання для цільової аудиторії, використовуючи нормативні документи [4, 8].

2. Розрахувати місткість ринку за нормами споживання. Якщо товар розраховується на домогосподарство, а інформації про кількість домогосподарств у регіоні, що досліджується, немає, то можна використати українську статистику населення, згідно з якою одне домогосподарство налічує в середньому три особи. Навести формулу, за якою було зроблено розрахунок.

5.4. Розрахунок місткості ринку на основі опитування споживачів товарів

На основі опитування визначити частоту споживання продукту (одиниць товару за одиницю часу), кількість товару, що припадає на одну

закупівлю, товарні марки шляхом опитування споживачів та обчислити місткість ринку. Опитати 15–20 осіб. Навести застосовану для опитування анкету.

5.5. Розрахунок місткості ринку з урахуванням імпортно-експортних операцій

Обчислити місткість ринку з урахуванням імпортно-експортних операцій.

В Україні щорічно виробляється _____,
у тому числі:
– імпорт _____,
– експорт _____.

Навести формулу для розрахунку.

Розрахувати місткість ринку для заданої області (міста) (споживання товарів в Україні уважати рівномірним).

5.6. Розрахунок місткості ринку на основі економіко-математичного моделювання

1. Знайти статистичні дані щодо місткості ринку України заданого товару, цін, доходів населення заданої області за останні 5–10 років.

Дані звести до табл. 6.

Таблиця 6

Рік	Місткість, шт.	Місткість, грн	Середня ціна, грн за 1 од.	Середній дохід по Україні, грн на 1 особу	Середній дохід по області, грн на 1 особу

2. Використовуючи методи математичного моделювання й пакети прикладних програм:

– установити залежність між місткістю ринку Q і середньою ціною P ($Q = f(P)$) і відобразити її графічно;

– визначити залежність між обсягом ринку Q і доходом I ($Q = f(I)$) і відобразити її графічно;

- розрахувати темпи збільшення ринку, абсолютний приріст за роками, темпи нарощування місткості ринку;
- побудувати аналітичну функцію тренду й визначити помилку апроксимації;
- побудувати прогноз на наступний рік, використовуючи залежність $Q = f(I, P)$;
- розрахувати місткість ринку для заданої області (міста), уважаючи споживання товарів в Україні рівномірним.

3. Використовуючі дані п. 2, розрахувати місткість ринку за відомими багатофакторними моделями:

а) залежно від доходу в поточному й попередньому періодах

$$S_t = a_0 + a_1 I_t + a_2 I_{t-1},$$

де S_t – місткість ринку в планованому періоді;

I_t – рівень доходу споживачів у планованому періоді;

I_{t-1} – рівень доходу в періоді, що передує планованому періоду;

a_0, a_1, a_2 – коефіцієнти регресії;

б) залежно від доходу споживачів у поточному періоді I_t і місткості ринку в періоді, що передує планованому періоду E_{t-1}

$$S_t = a_0 + a_1 I_t + a_2 E_{t-1};$$

в) залежно від рівня доходів споживачів, що передує планованому періоду I_{t-1} і максимального значення споживчого попиту за певний попередній часовий інтервал E_{max}

$$S_t = a_0 + a_1 I_{t-1} + a_2 E_{max},$$

г) залежно від рівня поточних доходів споживачів I_t і середнього рівня цін P_t на всі споживчі товари в розглядуваному періоді

$$S_t = a_0 + a_1 I_t + a_2 P_t.$$

5.7. Розрахунок місткості ринку у вартісних показниках

Зробити ціновий та асортиментний зріз товарів. Розрахувати середню ціну на товар (табл. 7).

Таблиця 7

Товар, виробник, ТМ, назва	Ціна, грн за одиницю товару	Одиниця вимірювання
1		
...		
n		
Середня ціна		

5.8. Визначення середнього значення місткості ринку

Звести всі отримані показники місткості ринку (підрод. 5.1–5.7) до табл. 8.

Таблиця 8

№ п/п	Метод визначення місткості ринку	Місткість ринку	
		Натуральні одиниці вимірювання	грн
1			
...
n			

Для отримання середньої оцінки експертів про місткість ринку можна скористатися методикою PERT¹. При цьому немає необхідності точно знати закон розподілу отриманих оцінок.

Діапазон невизначеності можна охарактеризувати трьома оцінками:

M_i – найбільш імовірна оцінка місткості ринку;

O_i – максимально можлива місткість ринку, жодний ризик не реалізувався; імовірність того, що буде досягнуто таке значення, дорівнює одиниці;

P_i – песимістична оцінка місткості ринку, усі ризики реалізувалися.

Оцінку середнього значення місткості ринку визначають за формулою

$$S_i = \frac{P_i + 4M_i + O_i}{6}.$$

Середньоквадратичне відхилення розраховують таким чином:

$$\delta_i = \frac{P_i - O_i}{6}.$$

Усереднена місткість ринку виходячи із зібраної статистики:

_____ (натуральні одиниці вимірювання);

_____ грн.

¹ PERT (Program / Project Evaluation and Review Technique) було розроблено 1958 року під час проекту створення балістичних ракет морського базування «Поларис».

5.9. Визначення привабливості ринкових сегментів

Для визначення перспективності розвитку ринкових сегментів і перспективного сегмента слід скористатися даними за варіантами, наведеними в дод. 3.

1. Підприємство з реалізації заданого товару своєї виробничої діяльності займає _____% заданого ринку й орієнтується на три сегменти.

Визначити показники розвитку сегментів і перспективний сегмент:

а) розрахувати структуру ринку; дані занести до табл. 9;

б) розрахувати змінення місткості ринку з урахуванням прогнозних показників:

- знайти змінення місткості ринку загалом;
- знайти змінення місткості ринку за сегментами;
- розрахувати обсяг продажів на підприємстві;
- визначити частку й приріст ринку підприємства;
- дані занести до табл. 10;

Таблиця 9

Тип ринку		Частка ринку	Місткість ринку, грн
Ринок			Дані із п. 5.8
Ринок підприємства		вихідні дані	
Ринкові сегменти підприємства	A	вихідні дані	
	B	вихідні дані	
	C	вихідні дані	

Таблиця 10

Тип ринку	Місткість ринку, грн	Прогнозне змінення ринкових показників		Прогнозована місткість ринку, грн
		ринкових сегментів, %	частки підприємства в сегменті, %	
Ринок	3 табл. 9	вихідні дані	вихідні дані	
Ринок підприємства	3 табл. 9			
Ринкові сегменти підприємства	A	3 табл. 9	вихідні дані	вихідні дані
	B	3 табл. 9	вихідні дані	вихідні дані
	C	3 табл. 9	вихідні дані	вихідні дані

в) визначити змінення місткості ринку з урахуванням макроекономічних показників:

- знайти змінення місткості ринку загалом;
- знайти змінення місткості ринку за сегментами;
- розрахувати обсяг продажів на підприємстві;
- визначити частку й приріст ринку підприємства;
- дані занести до табл. 11;

Таблиця 11

Тип ринку		Прогнозне змінення ринкових показників			Вплив інших макроекономічних показників, %
		доходів споживачів, %	середнього рівня цін, %	рівня насиченості ринку, %	
Ринкові сегменти підприємства	A	вихідні дані	вихідні дані	вихідні дані	вихідні дані
	B	вихідні дані	вихідні дані	вихідні дані	вихідні дані
	C	вихідні дані	вихідні дані	вихідні дані	вихідні дані

г) розрахувати приріст (спад) ринку під впливом наведених факторів. Дані занести до табл. 12;

Таблиця 12

Тип ринку		Прогнозне змінення ринкових показників			Вплив інших макроекономічних показників, грн	Усього змінення місткості ринку, грн
		доходів споживачів, грн	середнього рівня цін, грн	рівня насиченості ринку, грн		
Ринкові сегменти підприємства	A					
	B					
	C					
Ринок підприємства						

д) розрахувати коефіцієнт змінення місткості ринку під впливом усіх факторів.

Таблиця 13

Тип ринку		Початкова місткість ринку, грн	Прогнозна місткість ринку, грн	Темп приросту ринку K_i , %
Ринок		дані із табл. 9	дані із табл. 10	
Ринок підприємства		дані із табл. 9	дані із табл. 10	
Ринкові сегменти підприємства	A	дані із табл. 9	дані із табл. 10	
	B	дані із табл. 9	дані із табл. 10	
	C	дані із табл. 9	дані із табл. 10	

2. Оцінити привабливість ринкових сегментів. Розрахувати відносний рівень їх рентабельності.

Таблиця 14

Тип ринку		Рентабельність R_i , %	Відносний рівень рентабельності, $A_i = R_i / R_{max}$
Ринкові сегменти підприємства	A	вихідні дані	
	B	вихідні дані	
	C	вихідні дані	

Розрахувати комплексний показник привабливості сегмента за формулою

$$P_i = A_i K_i$$

3. Зробити висновки.

6. ПОЛІТИКА ВИКОНАННЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ТА АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ

Умови написання й захисту розрахункової роботи:

- виконати й здати розрахункову роботу відповідно до календарного плану;
- захистити розрахункову роботу в установлені терміни;
- дотримуватися під час виконання, написання й захисту розрахункової роботи політики доброчесності;
- бути телерантним, відкритим і доброзичливим;
- конструктивно підтримувати зворотний зв'язок на всіх заняттях, які призначено для консультування з питань розрахункової роботи;
- бути пунктуальним та обов'язковим;
- дотримуватися таких основних цінностей: чесність, колегіальність і повага до людської гідності, протидія дискримінації, відповідальність, академічна свобода.

Неприпустимими є:

- несвоєчасне виконання окремих розділів розрахункової роботи і їх надання для перевірки (у такому випадку оцінки знижуються або не виставляються);
- порушення норм Кодексу етичної поведінки [13] під час виконання розрахункової роботи.

Консультування з питань самостійної роботи з боку викладача (керівника) та опанування процесу самостійного наукового дослідження з боку здобувачів вищої освіти ґрунтується на принципах академічної доброчесності в межах навчального процесу й наукової діяльності.

Дотримання студентами академічної доброчесності під час написання розрахункової роботи регламентується ст. 42 Закону України «Про освіту» [5], Положенням про організацію освітнього процесу, Положенням про академічну доброчесність, Положенням про комісію з питань академічної доброчесності, розробленими й упровадженими в Національному аерокосмічному університеті ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут» [13, 17, 18, 19], і рекомендаціями МОН для закладів вищої освіти з підтримки принципів академічної доброчесності [7].

Для дотримання академічної доброчесності здобувачами освіти передбачається:

- самостійне виконання завдань (для осіб з особливими освітніми потребами ця вимога застосовується з урахуванням їхніх індивідуальних потреб і можливостей);
- посилення на джерела інформації у разі використання ідей, розробок, тверджень, відомостей;

- дотримання норм законодавства про авторське право й суміжні права;

- надання достовірної інформації про результати власної навчальної (наукової, творчої) діяльності, використанні методики досліджень і джерела інформації.

У разі виявлення науковим керівником у роботі студента одного або кількох видів порушень академічної доброчесності, а саме академічного плагіату, самоплагіату, фабрикації, фальсифікації, обману, до нього може бути застосовано види відповідальності, передбачені Положенням про академічну доброчесність у Національному аерокосмічному університеті ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут» [17], зокрема:

- повторне проходження виконання або оцінювання розрахункової роботи;

- повторне проходження освітнього компонента «Маркетинг (частина 2)» освітньої програми;

- відрахування з університету;

- позбавлення академічної стипендії;

- позбавлення наданих університетом пільг з оплати навчання.

У випадку якщо порушення виявлено не менш ніж за три-чотири тижні до захисту розрахункової роботи, студенту надається можливість виправити порушення.

Якщо порушення виявлено менш ніж за один-два тижні до захисту, то розрахункова робота не допускається до захисту, студент отримує оцінку «незадовільно» із можливістю її перероблення й повторного захисту.

У разі невиконання розрахункової роботи або виявлених порушень, зазначених вище, які не було ліквідовано, слід уважати, що індивідуальне завдання студентом не виконано, тобто не виконано один із видів обов'язкового виду робіт. У такому випадку студент не допускається до складання іспиту, у тому числі й за умови отримання ним достатньої кількості балів для атестації за інші види робіт.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК

1. Про Державний бюджет України на 2023 рік : Закон України зі змінами від 03.11.22 № 2710-IX [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2710-20#Text>.
2. Про Державний бюджет України на 2024 рік : Закон України від 09.11.2023 № 3460-IX [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3460-20#Text>.
3. Про державну статистику : Закон України зі змінами та доповненнями // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 43. – Ст. 608. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2614-12#Text>.
4. Про затвердження наборів продуктів харчування, наборів непродовольчих товарів та наборів послуг для основних соціальних та демографічних груп населення : Постанова Кабінету Міністрів України від 11 жовтня 2016 р. № 780 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/780-2016-%D0%BF>.
5. Про освіту : Закон України зі змінами та доповненнями № 2145-VIII від 05.09.2017 // Відомості Верховної Ради (ВВР, 2017, № 38-39, ст. 380. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text>.
6. Про прожитковий мінімум : Закон України зі змінами та доповненнями // Відомості Верховної Ради України. – 1999. – № 38. – Ст. 348. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/966-14#Text>.
7. Щодо рекомендацій з академічної доброчесності для закладів вищої освіти : Лист МОН України № 1/9-650 від 23.10.2018. – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v-650729-18#n211>.
8. Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України [Електронний ресурс] : стат. зб. / за ред. О. Прокопенка. – Київ : Держкомстат України, 2020. – 54 с. – Режим доступу : https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/07/Arch_spog_zb.htm.
9. Бюджет сім'ї [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%91%D1%8E%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D1%82_%D1%81%D1%96%D0%BC%27%D1%97.
10. Голованова, М. А. Маркетинг: практикум із ситуаційного оцінювання ринку : навч. посіб. / М. А. Голованова, Л. Н. Голованова. – Харків : Нац. аерокосм. ун-т «Харків. авіац. ін-т», 2010. – 375 с.
11. Голованова, М. А. Місткість ринку: методологічні підходи і практичні рекомендації : навч. посіб. / М. А. Голованова. – Харків : Нац. аерокосм. ун-т ім. М. Є. Жуковського «Харків. авіац. ін-т», 2014. – 168 с.
12. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
13. Кодекс етичної поведінки в Національному аерокосмічному університеті ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут». – Режим доступу : <https://khai.edu.ua/university/normativna-baza/ustanovchi>

dokumenti/kodeks-etichnoi-povedinki/.

14. Маркетингові дослідження : навч. посіб. / Є. В. Крикавський, Н. С. Косар, О. Б. Мних, О. А. Сорока. – Львів: Нац. університет «Львівська політехніка» (ІВЦ «Інтелект» + ІПДО), «Інтелект-захід», 2004. – 288 с.

15. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку та торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua/>.

16. Національний банк України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://bank.gov.ua>.

17. Положення про академічну доброчесність в Національному аерокосмічному університеті ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут». – Режим доступу : <https://khai.edu/ua/university/normativna-baza/polozheniya1/polozhennya-yaki-regulyuyut-poryadok-zdijsnennya-osvitnogo-procesu/polozhennya-pro-akademichnu-dobrochesnist/>.

18. Положення про комісію з питань академічної доброчесності Національного аерокосмічного університету ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут». – Режим доступу : <https://khai.edu/ua/university/normativna-baza/polozheniya1/polozhennya-pro-organi-upravlinnya-robochi-doradchi-organi/polozhennya-pro-komisiyu-z-pitan-akademichnoi-dobrochesnosti/>.

19. Положення про організацію освітнього процесу в Національному аерокосмічному університеті ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут». – Режим доступу : <https://khai.edu/ua/university/normativna-baza/polozheniya1/polozhennya-yaki-regulyuyut-poryadok-zdijsnennya-osvitnogo-procesu/polozhennya-pro-organizaciyu-osvitnogo-procesu/>.

20. Статистичний щорічник України за 2020 рік / за ред. І. Є. Вернера. – Київ : Держ. служба статистики, 2021. – 454 с. – Режим доступу : https://ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/01/Arch_zor_zb.htm.

21. Урядовий портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>.

ЗРАЗОК ТИТУЛЬНОГО АРКУША РОЗРАХУНКОВОЇ РОБОТИ

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»
Кафедра 602

Розрахункова робота

з дисципліни «Маркетинг»

за темою «Розрахунок місткості ринку та визначення привабливості
ринкових сегментів»

Виконав: студент групи № 631мг

_____ (прізвище й ініціали студента)

Прийняв:

доцент, к.т.н. Голованова М. А.

(посада, науковий ступінь, прізвище й ініціали)

Кількість балів: _____

Харків – 2024

ЗРАЗОК АРКУША ЗАВДАННЯ ДО РОЗРАХУНКОВОЇ РОБОТИ

ЗАВДАННЯ ДО РОЗРАХУНКОВОЇ РОБОТИ З ДИСЦИПЛІНИ «МАРКЕТИНГ» для студентів спеціальності 075 «Маркетинг»

Студенту гр. _____ мГ _____
(прізвище, імя та по батькові)

Варіант № _____

1. Розрахувати місткість заданого ринку заданого товару й визначити привабливість розвитку ринкових сегментів.

2. Вихідні дані

Товар	
Ринок географічний	
Тип споживача	

Параметр		Сегмент ринку		
		А	В	С
Частка підприємства, %				
Структура попиту на ринку за сегментами, %				
Приріст ринку				
Прогнози на плановий рік, %	Місткість сегмента			
	Частка підприємства			
	Змінення заробітної плати	За даними Державної служби статистики України [12]		
	Змінення рівня цін			
Рівень рентабельності продукції, %				
Рівень насиченості попиту				
Приріст місткості сегмента				
Вплив сприятливих факторів на приріст сегмента				
Вплив несприятливих факторів на приріст сегмента				
Інші фактори, що мають значення для сегмента				

3. Зробити висновки.

Дата видачі завдання _____

Студент _____ (_____)

Ім'я ПРІЗВИЩЕ

Викладач _____ (_____)

Ім'я ПРІЗВИЩЕ

ВИХІДНІ ДАНІ ПРО РОЗВИТОК СЕГМЕНТІВ

Варіанти за списком 1, 6, 11, 16, 21, 26, 31

Параметр		Сегмент ринку		
		A	B	C
Частка підприємства, %		5		
Структура попиту на ринку за сегментами, %		25	25	50
Приріст (спад) ринку		+ 15 %		
Прогнози на плановий рік	Місткість сегмента	+ 3 %	+ 11 %	не змінюється
	Частка підприємства	+ 15 %	на 8 %	2 %
	Змінення заробітної плати	За даними Державної служби статистики України [12]		
	Змінення рівня цін			
Рівень рентабельності продукції, %		15	35	10
Рівень насиченості попиту		+ 5 %	не змінюється	- 3 %
Вплив сприятливих факторів на приріст сегмента		- 4	+ 2	+ 3
Вплив несприятливих факторів на приріст сегмента		+ 5	- 5	0
Інші фактори, що мають значення для сегмента		+ 1	- 2	- 4

Варіанти за списком 2, 7, 12, 17, 22, 27, 32

Параметр		Сегмент ринку		
		A	B	C
Частка підприємства, %		10		
Структура попиту на ринку за сегментами, %		15	60	25
Приріст (спад) ринку		+ 10 %		
Прогнози на плановий рік	Місткість сегмента	- 3 %	+ 11 %	+ 5 %
	Частка підприємства	+ 5 %	+ 25 %	+ 10 %
	Змінення заробітної плати	За даними Державної служби статистики України [12]		
	Змінення рівня цін			
Рівень рентабельності продукції, %		25	35	20
Рівень насиченості попиту		не змінюється	+ 2 %	+ 8 %
Вплив сприятливих факторів на приріст сегмента		- 4	- 2	+ 4
Вплив несприятливих факторів на приріст сегмента		+ 5	+ 5	- 4
Інші фактори, що мають значення для сегмента		+ 1	- 3	+ 2

Варіанти за списком 3, 8, 13, 18, 23, 28, 33

Параметр	Сегмент ринку			
	A	B	C	
Частка підприємства, %	15			
Структура попиту на ринку за сегментами, %	35	25	40	
Приріст (спад) ринку	+ 5 %			
Прогнози на плановий рік	Місткість сегмента	+ 8 %	+ 7 %	+ 1
	Частка підприємства	- 5 %	на 8 %	+ 10 %
	Змінення заробітної плати	За даними Державної служби статистики України [12]		
	Змінення рівня цін			
Рівень рентабельності продукції, %	20	25	40	
Рівень насиченості попиту	- 5 %	не змінюється	- 10 %	
Вплив сприятливих факторів на приріст сегмента	- 4	+5	+ 1	
Вплив несприятливих факторів на приріст сегмента	+ 3	0	- 2	
Інші фактори, що мають значення для сегмента	0	- 1	- 4	

Варіанти за списком 4, 9, 14, 19, 24, 29

Параметр	Сегмент ринку			
	A	B	C	
Частка підприємства, %	20			
Структура попиту на ринку за сегментами, %	10	35	55	
Приріст (спад) ринку	- 10 %			
Прогнози на плановий рік	Місткість сегмента	- 1 %	не змінюється	- 3 %
	Частка підприємства	+ 6 %	- 2 %	+ 2%
	Змінення заробітної плати	За даними Державної служби статистики України [12]		
	Змінення рівня цін			
Рівень рентабельності продукції, %	20	35	30	
Рівень насиченості попиту	+ 15 %	+ 5 %	не змінюється	
Вплив сприятливих факторів на приріст сегмента	0	- 1	- 4	
Вплив несприятливих факторів на приріст сегмента	+ 4	+ 3	+ 5	
Інші фактори, що мають значення для сегмента	- 4	- 2	+1	

Варіанти за списком 5, 10, 15, 20, 25, 30

Параметр		Сегмент ринку		
		A	B	C
Частка підприємства, %		25		
Структура попиту на ринку за сегментами, %		75	20	5
Приріст (спад) ринку		- 5 %		
Прогнози на плановий рік	Місткість сегмента	+ 10 %	0 %	- 5 %
	Частка підприємства	- 5 %	- 8 %	+ 20 %
	Змінення заробітної плати	За даними Державної служби статистики України [12]		
	Змінення рівня цін			
Рівень рентабельності продукції, %		30	35	25
Рівень насиченості попиту		+ 10 %	не змінюється	+ 7 %
Вплив сприятливих факторів на приріст сегмента		0	-4	- 2
Вплив несприятливих факторів на приріст сегмента		- 2	+ 5	+ 3
Інші фактори, що мають значення для сегмента		+ 5	+ 1	0

ЗМІСТ

1. Мета й завдання самостійної роботи студента.....	3
2. Структура й оформлення розрахункової роботи	4
3. Порядок подання й оцінювання розрахункової роботи	4
4. Формування індивідуального завдання.....	4
5. Розрахунок місткості ринку й визначення привабливості ринкових сегментів	5
5.1. Визначення місткості ринку на основі аналізу вторинних джерел інформації	6
5.2. Визначення потенційної місткості ринку заданого регіону на основі складеного портрету споживача	6
5.3. Розрахунок місткості ринку за нормами споживання	7
5.4. Розрахунок місткості ринку на основі опитування споживачів товарів	7
5.5. Розрахунок місткості ринку з урахуванням імпортно-експортних операцій.	8
5.6. Розрахунок місткості ринку на основі економіко-математичного моделювання.....	8
5.7. Розрахунок місткості ринку у вартісних показниках.....	9
5.8. Визначення середнього значення місткості ринку.....	10
5.9. Визначення привабливості ринкових сегментів.....	11
6. Політика виконання самостійної роботи та академічна доброчесність.....	13
Бібліографічний список	15
Додаток 1. Зразок титульного аркуша розрахункової роботи	17
Додаток 2. Зразок аркуша завдання до розрахункової роботи	18
Додаток 3. Початкові дані про розвиток сегментів	19

Навчальне видання

Голованова Майя Анатоліївна

ВИЗНАЧЕННЯ МІСЬКОСТІ РИНКУ І РИНКОВИХ СЕГМЕНТІВ

Редактор О. Ф. Серьожкіна

Зв. план, 2024

Підписано до видання 12.09.2024

Ум. друк. арк. 1,3. Обл.-вид. арк. 1,44. Електронний ресурс

Видавець і виготовлювач

Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського

«Харківський авіаційний інститут»

61070, Харків-70, вул. Чкалова, 17

<http://www.khai.edu>

Видавничий центр «ХАІ»

61070, Харків-70, вул. Чкалова, 17

izdat@khai.edu

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
до Державного реєстру видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів
видавничої продукції сер. ДК № 391 від 30.03.2001