

Факторы привлекательности рынка

Привлекательность отрасли — возможность получения долгосрочного и стабильного уровня продаж и прибыли для компании в определенном рыночном сегменте.

3 универсальных практических метода оценки:

[SWOT](#) — анализ

[Анализ 5 конкурентных сил](#)

[Матрица McKinsey](#)

Все критерии для оценки инвестиционной привлекательности отрасли можно разделить на 5 групп:

- потенциал продаж
- спроса
- условия конкуренции
- рыночные тренды
- конкурентоспособность товара

Подробнее:

Потенциал продаж - характеризует привлекательность рынка с точки зрения потенциала продаж в долгосрочном периоде.

Критерий привлекательности рынка	Описание
Емкость сегмента (в руб)	чем выше размер сегмента , тем выше потенциальный объем продаж на рынке
Темп роста сегмента (в %)	чем выше темп роста сегмента, тем выше возможности по наращиванию объемов продаж
Доходность сегмента (в %)	чем выше потенциальная рентабельность бизнеса в сегменте, тем выше уровень дохода компании
Зрелость рынка	чем ниже зрелость рынка, тем выше перспективы для бизнеса
Скорость изменения условий рынка	чем выше скорость изменений рыночных условий (изменение технологий, спроса, факторов конкуренции), тем выше потребность в постоянном приспособлении к новым рыночным реалиям и выше затраты на приспособление

Спрос - потенциал сегмента с точки зрения спроса и предпочтений потребителей.

Критерий привлекательности рынка	Описание
Размер целевой аудитории (в тыс.чел)	чем выше размер аудитории, для которой предлагается товар, тем выше потенциальный объем продаж на рынке
Пенетрация товара (в %)	чем ниже % пользования товаром среди потребителей, тем выше потенциал роста продаж
Частота использования	чем ниже частота использования, тем выше потенциал роста продаж
Скрытый спрос	наличие неудовлетворенных потребностей говорит о свободных рыночных нишах в сегменте
Уровень лояльности	чем выше неудовлетворенность существующим уровнем товара на рынке, тем легче переключить потребителей конкурентов
Уровень доходов потребителей	чем выше экономическая стабильность и платежеспособность потребителей, тем устойчивее возможный рост бизнеса
Эластичность спроса	низкая чувствительность спроса к цене позволяет устанавливать надбавку к цене, минимизирует риск ценовой конкуренции
Постоянность спроса	чем ниже постоянность уровня спроса (сезонность, скачки в потреблении, зависимость спроса от модных тенденций), тем выше риск получения нестабильного уровня дохода

Условия конкуренции и наличие барьеров в отрасли.

Критерий привлекательности рынка	Описание
Присутствие товаров заменителей	присутствие на рынке товаров, предлагающих аналогичные свойства, но по более низкой цене, усложняет привлечение потребителей к продукту компании
Количество игроков	чем больше игроков в отрасли, тем сложнее захватить высокую долю рынка

Критерий привлекательности рынка	Описание
Разнообразие ассортимента	чем выше разнообразие ассортимента на рынке, тем сложнее дифференцировать свой товар от товаров-конкурентов и найти работающее конкурентное преимущество
Возможности к повышению цен	чем ниже возможности к росту цен, тем ниже норма доходности в сегменте
Монополизированность каналов сбыта	чем выше монополизированность каналов продаж, тем сложнее представить новый товара целевой аудитории
Присутствие известных брендов	чем выше известность брендов компаний на рынке, тем больше ресурсов потребуется на переключение потребителей на продукт Вашей компании
Уровень инвестиций в поддержку товара	чем выше уровень рекламных инвестиций в отрасли, тем сложнее вывести неизвестный продукт на рынок
Уровень технологичности игроков	чем выше технологическая оснащенность игроков, тем сложнее конкуренция
Уровень мобильности игроков	чем быстрее игроки могут реализовывать ответные действия, тем сложнее конкурировать на рынке
Ограниченность ресурсов	ограничения в доступе к ресурсам (например, трудовым — квалифицированный персонал, финансовым — кредитам) или сырью, которые требуются для производства товара, снижают привлекательность рынка
Ограничения со стороны государства	чем выше ограничения и вмешательство государства в отрасль, тем ниже ее прибыльность и привлекательность для компании

Рыночные тренды и описывает перспективы бизнеса на рынке.

Критерий привлекательности рынка	Описание
Описание спроса	изменение предпочтений, ценностей и стиля жизни потребителей может привести к спаду спроса на товар и отказу от продукта компании
Численность аудитории	снижение численности аудитории в сегменте приведет к снижению спроса на товар
Платежеспособность аудитории	снижение платежеспособности аудитории рынка может привести к снижению частоты использования товаром, переключению на более дешевые аналоги или отказу от пользования категорией продуктов
Вероятность входа новых игроков	перспективы входа новых сильных игроков повышают риск ужесточения конкуренции и снижения прибыльности отрасли
Дешевые заменители	рост низко-стоимостных предложений конкурентов снижает прибыльность отрасли и повышает риск переключения потребителей, чувствительных к цене
Влияние государства	увеличение ограничений со стороны государства: ожидание ввода более жестких правил функционирования на рынке, новых правовых актов увеличивают риск существования в отрасли и снижения прибыльности бизнеса
Факторы макросреды	экономический кризис, смена власти, изменение климата, ужесточение климатических условий могут быть рассмотрены как потенциальные риски снижения доходности
Снижение темпов роста рынка	чем ниже потенциал роста рынка в долгосрочном периоде, тем ниже привлекательность отрасли
Динамика затрат	прогнозируемое повышение затрат на производство снижает прибыльность и привлекательность целевого рынка
Изменение технологий	изменение технологии или ожидающийся технологический прорыв может значительно перевернуть баланс сил в отрасли

Конкурентоспособность товара

Товар считается конкурентоспособным, если обладает всеми перечисленными ниже характеристиками.

Критерий привлекательности рынка	Описание
Качество товара	товар компании способен удовлетворить ключевые потребности потребителей целевого рынка на эффективном уровне
Уникальность товара	товар компании обладает устойчивым конкурентным преимуществом перед товарами конкурентов
Сила торговой марки	товар компании имеет высокий уровень знания, положительные ассоциации и хороший имидж среди целевой аудитории
Обеспеченность ресурсами	компания имеет достаточные ресурсы для функционирования на рынке: квалификация персонала, доступ к финансам, возможности маркетинга, доступ к рыночным технологиям
Уровень компетенции	компания обладает достаточной компетенцией для функционирования в сегменте
Скорость реакции	компания способна реагировать на рыночные изменения быстро и своевременно
Уровень цен и прибыль	компания способна продавать свой товар на рынке по рыночным ценам с хорошей нормой прибыли
Продвижение товара	компания способна поддерживать, рекламировать и развивать свой товар на конкурентном уровне
Распределение товара	компания способная построить необходимую систему дистрибуции товара, чтобы сделать его доступным для целевой аудитории