

УДК 621.326

О.В. Черниш, Н.М. Шведа канд. екон. наук

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, Україна

СУТНІСТЬ ОЦІНКИ ПРИВАБЛИВОСТІ РИНКУ

O.V.Chernysh, N.M. Shveda, Ph.D.

EVALUATION OF THE MARKET MERCHANTABILITY

Сьогодні в процесі розвитку ринкових відносин у різних сферах економіки одним із найважливіших аспектів діяльності підприємства є оцінка привабливості ринку та прийняття рішень щодо позиціонування товару на ньому. Привабливість ринку, за визначенням, детермінується комплексною маркетинговою оцінкою ринку збуту за певними показниками, а також низкою найбільш важливих бізнес-рішень, що дозволяють визначити ряд необхідних інвестицій у відповідності до розмірів майбутніх доходу і прибутку. Крім того, привабливість ринку визначає можливості, які існують на ньому та які, з позиції організації, можуть створювати сприятливі умови для розвитку її бізнесу. Основним завданням при цьому виступає вибір відповідних оціночних показників. Аналізуючи науковий доробок А. Вайсмана можна зазначити, що дослідник визначає такі основні критерії оцінки привабливості ринку: зростання (обсяг, потенціал, ступінь насичення) та якість (рентабельність, життєвий цикл, рівень нововведень, наявність ноу-хау, забезпеченість інвестиціями, змінність конкурентних умов) ринку, рівень конкурентної боротьби (структура конкурентів та їх інтенсивність), а також ситуація зовнішнього середовища (залежність від кон'юктури, законодавства, громадської думки, ризик втручання держави, рівень навантаження).[1] Важливою є оцінка привабливості ринку за рівнем абсолютного та поточного потенціалу ринку. У свою чергу, максимальний рівень первинного попиту, що досягається завдяки впливу маркетингового тиску конкуруючих підприємств та чинників, які не контролюються зовнішнім середовищем у відповідний момент часу, окреслюється поточний потенціал ринку. А верхня межа поточного потенціалу визначає абсолютний, при умові ефективного споживання товару в оптимальному обсязі потенційними покупцями. Ступінь економічної доцільності функціонування бізнесу створюється ринковим резервом, що визначається різницею між абсолютним і поточним потенціалами ринку.

У багатьох випадках при оцінці потенціалу ринку не виключена ймовірність порівняння найпривабливіших ринків, а не визначення абсолютного рівня привабливості одного з них. В даному аспекті підприємство проводить ряд заходів направлених на рангування ринків на котрі прагне вийти, використовуючи спеціальні методи, за допомогою яких отримується комплексна оцінка привабливості ринків за сукупністю певних показників, що окреслюють узагальнюючі дані [2].

Таким чином, існує взаємний вплив та залежність між оцінюванням привабливості ринку та стратегічним управлінням підприємством. Оцінка привабливості ринку ґрунтується на таких показниках, що відображають аспекти зовнішнього середовища та потенціалу ринку, а також відомості про провадження основного виду діяльності підприємства у чітко окресленій зоні господарювання.

Література

1. Вайсман А. Стратегия маркетинга: 10 шагов к успеху; Стратегия менеджмента: 5 факторов успеха : Пер. с нем / А. Вайсман. - Москва: Интерэксперт, 1995.

2. Кіндрацька Г.І. Оцінка привабливості ринку в процесі формування бізнес-стратегії організації [Електронний ресурс] / Г.І.Кіндрацька. Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/9655/1/45.pdf>