

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ РЫНКА ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ

Сикорская Дарья Игоревна

Научный руководитель – Зубрицкий А.Ф.

Рыночный сегмент рассматривается как совокупность, группа потребителей, одинаково реагирующих на один и тот же предлагаемый продукт и на комплекс маркетинга.

Метод сегментации рынка позволяет концентрировать маркетинговые усилия транспортного предприятия на обеспечении спроса конкретной группы потребителей, а не на всех сегментах рынка, что позволяет снизить уровень риска предприятия от неоднозначного поведения покупателей на рынке.

Выделяют сегментацию потребительских услуг и сегментацию услуг производственного назначения. К сегменту потребительских услуг относят транспортные услуги, потребителями которых является население. К сегменту транспортных услуг производственного назначения относят услуги, потребителями которых являются предприятия различных видов экономической деятельности.

Критерии сегментации транспортного рынка условно объединяются в три основные группы: по типам потребителей; видам товаров и способам их потребления; основным конкурентам.

Установление целевых сегментов рынка ориентирует предприятие на удовлетворение конкретного, обозначенного выбранным сегментом спроса потребителей. Например, на транспорте это могут быть мероприятия по введению дифференцированных скоростей движения, организации новых технологий перевозок и т. п.

Структурная привлекательность сегментов рынка транспортных услуг характеризуется особенностями: сегменты должны строго соответствовать спросу потребителей на транспортные услуги; сегменты должны быть различны, а также достаточны по размеру, чтобы предоставляемые услуги покрывали расходы. Для оптимизации числа возможных сегментов рынка можно использовать концентрированный и дисперсный методы. Концентрированный метод основан на интерактивном, последовательном поиске лучшего сегмента. Дисперсный метод предполагает работу сразу на нескольких сегментах рынка транспортных услуг, а затем путём оценки результатов деятельности за какой-то период осуществляется отбор наиболее эффективных рыночных сегментов.