



Основы маркетинга

Лекция «Сегментация рынка»

МИЭТ

Москва, 2007 г.





Сегментация рынка

- **Сегментация рынка** – деление (дифференциация) любого рынка на отдельные части (сегменты) с учетом множества критериев и факторов.
- **Сегмент рынка** – группа потребителей, продуктов или предприятий, обладающих общими характеристиками.
- **Признаки сегментации рынков** – это способы выделения сегментов рынка (например, географические сегменты, ценовые сегменты, сегмент рынка по уровню доходов потребителей и т.п.).



Признаки сегментации

- Основными признаками сегментации рынка *по группам потребителей* являются географические, демографические, личностные, поведенческие и др. характеристики.
- Признаками сегментации рынка *по группам продуктов* могут быть функциональные и технические параметры продукта, цена и т.п.
- Признаками сегментации рынка *по предприятиям-конкурентам* являются величина предприятия, качественные показатели продукта, цена, каналы сбыта, продвижение продукта на рынке и т.п.



Критерии сегментации

Критерии сегментации и отбора рынков – способы оценки выбора того или иного сегмента рынка:

- емкость сегмента;
- каналы распространения и сбыта продукции;
- устойчивость рынка;
- прибыльность;
- совместимость сегмента рынка с рынком основных конкурентов;
- оценка опыта работы конкретного персонала предприятия на выбранном сегменте рынка и принятие соответствующих мер;
- защищенность выбранного сегмента от конкуренции.