

СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА. РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИИ
ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ ОАО «МОГОТЕКС»

А. В. КОРНЕЕВА, А. С. ПАНТЕЛЕЕВА
Научный руководитель И. В. КРИВЕНКОВА
БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Сегментация рынка является важным аспектом при разработке маркетинговой стратегии предприятия, т. к. определение целевого сегмента рынка позволяет предприятию выделить сегмент, в наибольшей степени соответствующий возможностям организации и особенностям развития рынка.

Таким образом, эта деятельность позволяет фирме более рационально распределять свои ресурсы, взаимодействуя с конкретными потребителями, а не тратить усилия на неперспективных клиентов.

Предприятие специализируется на производстве продукции, которую можно объединить в две группы: промышленные ткани (продукция для других предприятий) и потребительские товары (продукция для населения). Была произведена процедура сегментации и проведен анализ выбранных стратегических зон хозяйствования (СЗХ).

При оценке изменений СЗХ в прогнозируемом росте по соответствующим параметрам можно сделать вывод о том, что у предприятия есть возможность развивать свою деятельность по выпуску обоих видов продукции. Общая оценка изменений в перспективе роста по обоим рынкам положительная.

Оценка изменения рентабельности показала, что у обоих видов продукции существует тенденция к увеличению рентабельности. Общая оценка сдвигов в перспективе рентабельности по обоим рынкам положительная, причем для потребительских товаров больше, чем для промышленных.

Благоприятные и неблагоприятные тенденции присутствуют на обоих рынках. Для промышленных товаров благоприятных тенденций больше, чем негативных (на 3 пункта). Для потребительских товаров одинаковое количество благоприятных и неблагоприятных тенденций.

Анализ привлекательности СЗХ промышленного текстиля и потребительских товаров показал, что обе зоны хозяйствования являются перспективными. Вместе с тем, стратегическая зона хозяйствования потребительских товаров более привлекательна.

На основании построения карты позиционирования было отмечено, что промышленный текстиль занимает большую долю рынка, имеет более высокое качество и стоит дешевле, чем потребительские товары.