

Особливості сегментування ринку споживачів транспортних послуг автопідприємства.

Лямцев О. В.

Сегментування – це процес багатомірного розділу усіх потенційних споживачів транспортних послуг на достатньо великі групи, які мають істотні відмінності від інших вимог для даних послуг та вантажів.

До основних принципів сегментування відносяться:

- географічний – під яким розуміють розташування регіону, чисельність та щільність населення, рівень розташування регіону, клімат,

- психологічний – клас, спосіб життя, тип, особливості,

- поведінковий,

- привід для отримання послуг,

- прибуток,

- статус споживача,

- інтенсивність споживання транспортних послуг,

- відношення до товару,

- демографічний.

Крім наведених вище принципів сегментування існують дві специфічні ознаки:

- різновидність кінцевих споживачів послуги, тобто прибуток, який передбачає отримати споживач від надання послуги,

- по вагомості замовника послуги – крупні, середні та малі.

Сегментування ринку являє собою процес розподілу споживачів на групи, на підставі визначених ознак.

При виборі цільового сегменту ринку для даного автопідприємства використовуємо стратегію охоплення ринку концентрованого маркетингу. Це концентрація зусиль найбільшої частки одного чи декількох суб'єктів. Щоб отримати цільовий сегмент будемо визначати найбільш привабливі сегменти за наступними ознаками.

Виділимо кілька ознак, за якими будемо проводити сегментування ринку:

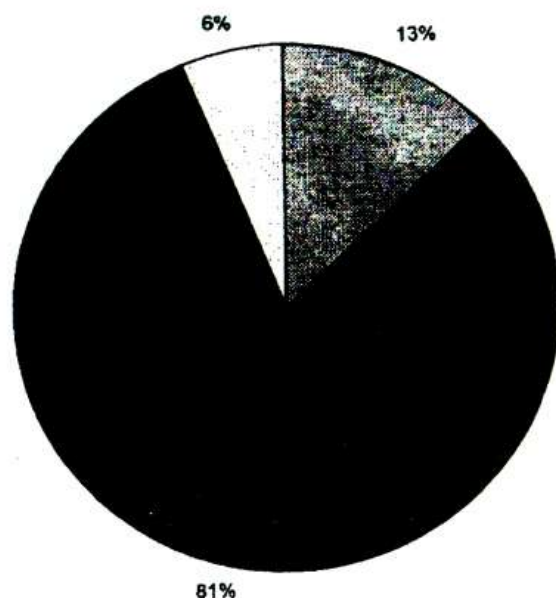
- 1) за номенклатурою вантажів.
- 2) за розташуванням клієнтури, яку обслуговує автопідприємство.

Результати сегментування ринку за номенклатурою вантажів, наведені на рис. 1.



Рисунок 1 – Сегментування ринку за номенклатурою вантажів

Результати сегментування ринку за розташуванням клієнтури, яку обслуговує автопідприємство, наведені на рис. 2.



■ Перевезення по Харкову ■ Перевезення по Україні □ Перевезення в міжнародному сполученні

Рисунок 2 – Результати сегментування ринку, за розташуванням клієнтури, яку обслуговує автопідприємство.

Таким чином, найбільш привабливими є перевезення у міжміському сполученні, бо їх обсяг складає 81% від загального перевезення вантажів автомобілями даного автопідприємства.