

Практична робота №8

Тема: Сегментування ринку. Формування і дослідження попиту на промислові товари

Мета роботи: сформувати у студентів знання та практичні навички сегментування ринку промислових товарів, дослідження попиту та визначення цільових сегментів споживачів, зокрема в аграрній сфері.

Завдання роботи:

1. Ознайомитися з поняттям та принципами сегментування ринку.
2. Вивчити критерії сегментації промислового ринку.
3. Проаналізувати попит на аграрну продукцію або ресурси (насіння, добрива, техніка).
4. Провести сегментування ринку для обраного підприємства.
5. Оцінити попит і сформувати рекомендації.

Література:

- Котлер Ф. Основи маркетингу.
Гаркавенко С. С. Маркетинг.

Сегментування ринку — це процес поділу ринку на однорідні групи споживачів, які мають подібні потреби, характеристики або поведінку.

Критерії сегментування промислового ринку:

1. Географічні:
<ul style="list-style-type: none">○ регіон (Полісся, Лісостеп, Степ)○ кліматичні умови
2. Економічні:
<ul style="list-style-type: none">○ розмір підприємства○ фінансові можливості
3. Технологічні:
<ul style="list-style-type: none">○ рівень механізації○ застосування інновацій
4. Поведінкові:
<ul style="list-style-type: none">○ лояльність до бренду○ чутливість до ціни

Попит на промислові товари

Попит — це потреба, підкріплена купівельною спроможністю.

Фактори, що впливають на попит:

1. ціна товару
2. доходи підприємств
3. технологічний рівень виробництва
4. державна підтримка
5. сезонність (особливо в аграрному секторі)

Хід роботи

Завдання 1. Вибір об'єкта дослідження

Оберіть підприємство або товар:

Приклад:

- мінеральні добрива
- насіння соняшнику
- сільськогосподарська техніка.

Завдання 2. Сегментування ринку

Заповніть таблицю:

Критерій сегментації	Характеристика сегмента
Географічний	
Економічний	
Технологічний	
Поведінковий	

Завдання 3. Визначення цільового сегмента

Опишіть:

1. Хто є основним споживачем?
2. Які його потреби?
3. Які фактори впливають на вибір?

Завдання 4. Дослідження попиту

Заповніть таблицю:

Показник	Характеристика
Рівень попиту	(високий/середній/низький)
Динаміка попиту	(зростає/знижується)
Фактори впливу	
Сезонність	

Завдання 5. Побудова моделі попиту

Опишіть залежність попиту від ціни та інших факторів.

(Можна у вигляді опису або графіка)

Завдання 6. SWOT-аналіз попиту

Сильні сторони	Слабкі сторони
Можливості	Загрози

Завдання 7. Рекомендації

Сформулюйте 3–5 пропозицій:

- як підвищити попит
- як розширити ринок
- як покращити позицію підприємства

Ситуаційне завдання

Підприємство реалізує насіння соняшнику, але попит у регіоні зменшився.

Питання:

1. Які сегменти ринку могли змінитися?
2. Які фактори вплинули на попит?
3. Як підприємству адаптувати свою маркетингову політику?

Контрольні питання

1. Що таке сегментування ринку?
2. Які критерії сегментації існують?
3. У чому особливість промислового ринку?
4. Які фактори впливають на попит?
5. Як визначити цільовий сегмент?

Висновок:

Аналіз результатів сегментування та оцінки попиту, практичне значення роботи.