

# МОДЕЛЬ СТРУКТУРИРОВАНИЯ И АНАЛИЗА БИЗНЕС-ПОРТФЕЛЯ И РЫНКА КОМПАНИИ



**Соловьева Дина Витальевна,**

к. э. н., профессор кафедры маркетинга и коммуникаций, Университет ИТМО (197101, Санкт-Петербург, Кронверкский проспект, д. 49)  
dinasolovieva@yandex.ru



**Емцова Марина Геннадьевна,**

старший преподаватель кафедры маркетинга, Санкт-Петербургский государственный экономический университет (191023, Санкт-Петербург, улица Садовая, д. 21)  
marina.emtsova@yandex.ru

В статье описаны возможности применения модели «Сектор рынка / сегмент рынка» для решения задач структурного анализа рынка и бизнес-портфеля компании. Продемонстрировано применение модели на примере прикладных маркетинговых исследований.

**Ключевые слова:** маркетинговый анализ; структура рынка; бизнес-портфель; модель «Сектор рынка/сегмент рынка».

## МОДЕЛЬ «СЕКТОР РЫНКА/ СЕКМЕНТ РЫНКА» КАК ИНСТРУМЕНТ ОПЕРАЦИОНАЛИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВОГО ПОДХОДА К СТРУКТУРНОМУ АНАЛИЗУ РЫНКА И БИЗНЕСА

В результате обобщения и анализа видения структуры рынка и формирования товарного предложения на основе подходов П. Друкера (*P. Drucker*), Т. Левитта (*T. Levitt*), Д. Абеля (*D.E. Abell*), И. Ансоффа (*H.I. Ansoff*), М. Портера (*M. Porter*), Ж.Ж. Ламбена (*J.J. Lambin*), Х. Виссеммы (*J.G. Wissema*) в предыдущей статье авторов [1] была сформулирована концепция формирования и анализа бизнес-портфеля в контексте рынка, суть которой заключается в следующем:

♦ бизнес-портфель, в соответствии с принципом маркетингового видения, должен определяться конфигурацией и факторами рынка, т. е. структура бизнес-портфеля диктуется структурой рынка,

♦ бизнес-портфель, в соответствии с принципом проактивного развития, должен учитывать процессы изменения рынка, т. е. структура бизнес-портфеля должна быть гибка настолько, чтобы подразумевать, предвидеть трансформацию рынка и, более того, предоставлять простор для инноваций в бизнесе, являющихся рычагом для развития рынка.

Для операционализации изложенного подхода предлагается

использовать модель «Сектор рынка/сегмент рынка», формализованную в удобном для практического применения матричном виде и дополненную характеристиками структурных единиц (*рис. 1*).

В данной модели, в соответствии с описанной выше концепцией, рынок рассматривается как двуединая сущность — совокупность предложения и спроса. Сторона предложения представлена набором секторов, сторона спро-

Сегменты рынка (сторона спроса)		Секторы рынка (сторона предложения)			
		Сектор 1	Сектор 2	...	Сектор <i>m</i>
		Характеристика сектора 1	Характеристика сектора 2		Характеристика сектора <i>m</i>
Сегмент 1	Характеристика сегмента 1	Описание бизнес-области 1.1 и/или бизнес-единицы 1.1			
Сегмент 2	Характеристика сегмента 2				
...					
Сегмент <i>n</i>	Характеристика сегмента <i>n</i>				

Рис. 1. Матричная модель «Сектор рынка/сегмент рынка»