

Конкуренция на рынке рекламы

На рынке рекламы, как и на других рынках, действует закон конкуренции, в соответствии с которым происходит повышение качества рекламных услуг, снижение их цены, а также объективный процесс вытеснения с рекламного рынка некачественных и дорогих рекламных услуг. Конкурентоспособность рекламной услуги выражается совокупностью качественных и стоимостных характеристик, которые обеспечивают ее преимущества на рынке рекламы среди аналогичных услуг. На уровень конкурентоспособности рекламных услуг значительное влияние оказывают такие факторы рынка, как степень удовлетворения спроса на конкретные рекламные услуги, емкость отдельных сегментов рынка, наличие и количество конкурентов, ценовая политика.

Конкурент — лицо, группа лиц, организация, соперничающие в достижении идентичных целей: в стремлении обладать теми же ресурсами, благами, занимать превосходящее положение на рынке, производить и продавать один и тот же вид товара или близкие товары, увеличивать объем своих продаж за счет уменьшения объема продаж соперников. Конкуренты, с которыми сталкивается организация, это и производители или продавцы аналогичной продукции, отличающейся отдельными параметрами (параметрические конкуренты), внешним видом и функциями (товарные конкуренты) или торговыми марками (марочные конкуренты), и выпускающие принципиально иную продукцию с высоким краткосрочным замещением.

Существуют различные виды конкуренции: добросовестная — недобросовестная; ценовая — неценовая; внутриотраслевая — межотраслевая; эффективная; действенная. В целом принято различать ценовые и неценовые методы конкуренции. Ценовая конкуренция формируется на основе цены. Снижение цены на рекламную услугу укрепляет рыночные позиции организации по сравнению с конкурентами, тогда как повышение цены за услуги снижает ее конкурентность. Неценовая конкуренция основана на повышении уровня обслуживания и качества предоставляемых услуг. Повышая качественные характеристики рекламного продукта, организация получает значительные преимущества перед конкурентами, которые могут служить основанием для назначения, более высокой цены. Если же организация удерживает цену своих услуг на уровне конкурентов, то более высокое качество позволяет ему занять лидирующее положение на рынке, увеличить число потребителей своих услуг и размер занимаемой рыночной доли.

Ценовая конкуренция — вид конкуренции, который основан на понижении цен и базируется на снижении себестоимости услуг. При этом, в системе цивилизованного рынка не допускается демпинг, то есть искусственное снижение цен с целью вытеснения и разорения конкурента и завоевания монопольного положения на рынке. Снижение цены возможно либо за счет снижения издержек, либо за счет уменьшения прибыли. Таким образом, для достижения цели, которая подразумевает предложение цены на свои услуги, более низкой, чем цена на аналогичные услуги других рекламопроизводителей, организация должна либо снизить издержки на оказание услуг, либо сознательно пойти на потерю прибыли, чтобы удерживать за собой большую долю рынка. Понижение цены — обычно вынужденное, экономически невыгодное для рекламопроизводителя мероприятие, так как в итоге оно приводит к снижению прибыли и тем самым может ограничить дальнейшее развитие бизнеса.

Неценовая конкуренция — вид конкуренции, который основан на продаже услуг более высокого качества и надежности, достигаемых благодаря техническому превосходству, а также использовании любых законных средств, кроме снижения цен, с целью привлечения новых клиентов. Это конкуренция, при которой рекламопроизводитель улучшает качество услуг и условия их продажи (сбыта), оставляя цену неизменной. В этом случае эпицентром соревнования между рекламопроизводителями становятся такие неценовые параметры услуг, как их новизна, качество, надежность, перспективность, соответствие международным стандартам, удобство обслуживания и другие. Таким образом, неценовая конкуренция осуществляется по разным направлениям: инновации (обновление) услуг, совершенствование технической стороны услуг и их приспособляемость к нуждам потребителей.