

МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ ОТРАСЛИ И КОНКУРЕНТОВ

Каразей Кристина Анатольевна

Научный руководитель – Зубрицкий А.Ф.

Казалось бы, нет ничего проще, чем определить конкурентов компании. Очевидно, что основным конкурентом компании Coca-Cola — Pepsi-Cola, главный соперник компании Sony – Matsushita. Однако круг реальных и потенциальных конкурентов компании намного шире. Главная опасность подстерегает ее, скорее со стороны компаний, только начинающих конкурентную борьбу, или новых технологий. В зависимости от степени взаимозаменяемости продуктов выделяют 4 уровня конкуренции: *конкуренция торговых марок, отраслевая конкуренция, формальная конкуренция, общая конкуренция*. Более точно определить конкурентов компании можно рассматривая их с отраслевой и рыночной точек зрения. Мы постоянно слышим и говорим об автоиндустрии, нефтяной, фармацевтической отраслях и т. д. Но что такое отрасль промышленности или сферы услуг?

Отрасль (промышленности или сферы услуг) — совокупность компаний, предлагающих рынку определенный продукт или группу продуктов — близких субституттов. Для того чтобы разработать эффективную маркетинговую стратегию, компания должна изучать как своих конкурентов, так реальных и потенциальных покупателей. Необходимо разбираться в стратегии, целях, сильных и слабых сторонах конкурентов, уметь предугадывать их реакцию. Кроме того, компании необходимы знания о том, как создаются системы наблюдения за конкуренцией, правила ведения рыночной атаки и организации обороны и умение поддерживать баланс внимания к потребителям и конкурентам. Ближайшие конкуренты компании работают на одном и том же целевом рынке, удовлетворяя сходные потребности потребителей, и выступают с примерно одинаковыми предложениями. Компания должна уделять внимание конкурентам, которые могут предложить новые способы удовлетворения потребностей. Необходимо постоянно собирать, интерпретировать и распространять информацию для заинтересованных лиц. Современная компания должна одинаково пристально следить как за действиями конкурентов, так и за изменениями вкусов потребителей.