

КОНКУРЕНЦИЯ В РЕКЛАМЕ

Студентка гр. 11904116 Саук А. В.

Научный руководитель – ст. преподаватель Третьякова Е.С.

Белорусский национальный технический университет

Минск, Беларусь

Реклама в современном обществе является важным пунктом развития торговли и в продаже любых товаров. Для некоторых предпринимателей реклама является способом продвижения своих товаров. Из-за большого количества товаров на рынке появляется конкуренция. Конкуренция – это борьба между экономическими субъектами за максимально эффективное использование факторов производства. Считается, что чем выше конкуренция, тем ниже прибыль.

Целью конкуренции является — обеспечение лучших условий сбыта реализуемой продукции, при этом удовлетворяя разнообразные потребности покупателей. Также она регулирует темпы и объемы производства, подталкивая производителя внедрять научно-технические достижения, повышать производительность труда, модернизировать технологию, организацию труда и т. д.

Конкуренция — это набор определенных действий, направленных на удержание и рост доли рынка компании. Это способ сберечь текущих покупателей и предотвратить возможность переключиться на конкурентов, а в лучшем случае, отобрать покупателей у основных конкурентов компании.

В дополнение можно сказать, что конкуренция включает некоторые этапы для прохождения борьбы с конкурентами. Ими являются:

- Определение целевой аудитории и основных конкурентах на рынке;
- Определение преимуществ конкурентов и разработка стратегии их укрепления и развития;
- Утверждение выбранной ранее конкурентной стратегии в отрасли;
- Разработка тактические приемы для противостояния основным конкурентам.

При этом необходимо учитывать основные правила конкурентной борьбы:

- не навреди рынку;
- не навреди себе;
- работай в рамках закона.

Необходимо руководствоваться законными средствами конкурентной борьбы и соблюдать правовое регулирование страны. Экономика устроена так, что конкуренция есть в любой организации и на любом рынке. [1]

Литература

1. Гугкаева К. В. Реклама как инструмент конкурентной борьбы // Молодой ученый. — 2016. — №19. — С. 447-449. — URL <https://moluch.ru/archive/123/33961/> (дата обращения: 16.04.2019).