ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ РЕКЛАМНОЙ КОМПАНИИ

Носков Михаил Валерьевич

студент, Новосибирский государственный университет экономики и управления, РФ, г. Новосибирск

Лапшова Людмила Николаевна

научный руководитель, канд. техн. наук, доцент, Новосибирский государственный университет экономики и управления, РФ, г. Новосибирск

В современных реалиях компаниям, относящимся к малому бизнесу, крайне необходимо адаптироваться к динамичности изменения внешней среды и постоянно улучшать свою работу и продукцию. На начало 2025 года в Новосибирске насчитывается около 30 компаний, которые напрямую или косвенно занимаются наружной рекламой.

Компания ООО “Альянс” является микропредприятием, специализирующимся на печати рекламных баннеров для общественного транспорта в Новосибирске. Помимо печати, компания предоставляет услуги дизайна печатной продукции и её поклейки. Основными преимуществами ООО “Альянс” являются скорость выполнения заказов, конкурентоспособная стоимость продукции и высокое качество услуг. Целевая аудитория компании — это организации, заинтересованные в продвижении своих брендов через наружную рекламу, особенно на общественном транспорте. Основная потребность, которую удовлетворяет ООО “Альянс”, — это эффективное и быстрое продвижение брендов через качественную и заметную рекламу на транспорте.

Для анализа конкурентоспособности продукции ООО “Альянс” используется мультиатрибутивная модель, которая позволяет оценить совокупные блага, предоставляемые компанией, и сравнить их с предложениями конкурентов. [2] Основными конкурентами являются ООО “Транзит 54”, ООО “АБВ Реклама групп” и ООО “Регион медиа групп”.

Ожидаемый товар так же не несет глобальных отличий. Все компании используют качественные, устойчивые материалы, соблюдают все нормативные требования к размещению рекламы на транспорте, а также предлагают ряд стандартных форматов для брендирования.

Уровень “товар с расширением” выявил дополнительные преимущества и недостатки у рассматриваемой компании. Преимущества ООО “Альянс” заключаются в наличии собственного, хорошо организованного производства, что сокращает время изготовления печатного материала. Также, компания предлагает комплексные услуги, которые включают в себя разработку макета, производство и монтаж. Однако, есть и те аспекты, из-за которых Альянс уступает своим конкурентам. ООО “Регион Медиа Групп” предлагает комплексную рекламную кампанию, которая реализуется через различные каналы продвижения (лифты, билборды, радио), а также в других регионах, благодаря партнерским связям.

В перспективах возможного развития Альянс можно выделить упором на улучшение клиентского сервиса и развитием через расширение продуктового ассортимента.

Конкурентоспособность продукции компании определяется не только внутренними факторами, такими как качество продукции, эффективность управления и маркетинга, но и внешними — оценкой со стороны потребителей. [1] Один из способов анализа конкурентных

преимуществ — использование пирамиды конкурентоспособности, которая отражает уровни потребительских предпочтений. Пирамида предпочтений потребителей описывает уровни, по которым клиенты оценивают товары и услуги при принятии решений о покупке. Она отражает переход от базовых факторов выбора, таких как цена, к более сложным критериям, таким как уникальность, бренд и лояльность. На данный момент ООО “Альянс” находится на третьем уровне пирамиды, где клиенты выбирают компанию не только из-за конкурентоспособной цены, но и по другим параметрам, таким как качество печати, скорость выполнения заказов и дополнительные услуги.

ООО “Альянс” может усилить конкурентные преимущества, улучшив клиентский сервис и расширив ассортимент. Внедрение онлайн-платформ упростит расчёты и заказы, а новые формы наружной рекламы (баннеры, вывески, цифровые экраны) позволят предложить комплексные решения для брендов. Это особенно важно в условиях высокой конкуренции, где клиенты ожидают сбалансированного подхода, при котором качество и сервис соответствуют стоимости. [3]

Конкурентоспособность продукции ООО “Альянс” определяется оперативным и качественным решением задач клиентов, предлагая выгодные условия и дополнительные услуги. Позиционирование компании: “Оперативная печать и монтаж рекламных баннеров — ваш бренд заметен уже сегодня!”, что подчёркивает её роль в быстром и эффективном продвижении. Для укрепления позиций важно совершенствовать клиентский сервис, расширять услуги и адаптироваться к изменениям рынка.

Список литературы:

1. Виноградова Т. Г., Семилетова Я. И. Конкурентоспособность: методы и оценка // Известия СПбГАУ. 2016. №43. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentosposobnost-metody-i-otsenka (дата обращения: 27.02.2025).

2. Степанова И. С. Концепция мультиатрибутивной модели товара // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. 2010. №3-1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-multiatributivnoy-modeli-tovara (дата обращения: 27.02.2025).

3. Фрейдина Елизавета Васильевна, Лапшова Людмила Николаевна, Тропин Александр Анатольевич Концепции формирования качества продукции, направленные на повышение эффективности бизнеса // Вестник НГУЭУ. 2016. №4. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/konts eptsii-formirovaniya-kachestva-produktsii-napravlennye-na-povyshenie-effektivnosti-biznesa (дата обращения: 27.02.2025)