

Характеристика основных видов конкуренции в маркетинге

В процессе позиционирования товара и внедрения его на рынок предприятие сталкивается с различными видами конкуренции, краткая характеристика которых представлена в таблице.

Характеристика основных видов конкуренции в маркетинге

Вид конкуренции	Характеристика
Функциональная	Конкуренция технических средств, предназначенных для выполнения одной и той же функции (перемещение грузов, перевозка людей)
Видовая	Конкуренция товаров, предназначенных для одной и той же цели, но различающихся параметрами (автотракторная с различной мощностью двигателя)
Предметная	Конкуренция идентичных товаров
Ценовая	Используется для проникновения на рынок с новыми товарами. Прямая ценовая конкуренция - оповещение о снижении цен на выпускаемые и имеющиеся на рынке товары (на 20 -60%). Скрытая ценовая конкуренция - выведение нового товара с улучшенными потребительскими свойствами, и увеличение цены не пропорционально увеличению свойств, а несколько ниже
Неценовая	Предоставление покупателю большего количества услуг, сокращение сроков поставки, снижение энергоемкости, зачет сданного товара
Недобросовестная	Продажа товаров по ценам ниже номинального уровня, промышленный шпионаж, переманивание специалистов, владеющих секретами, выпуск поддельных товаров, использование чужих товарных знаков, распространение ложных сведений о конкурентах.
Созидательная	Направлена на установление сотрудничества между конкурентами в области производства и маркетинга

Источник: Федеральный портал малого и среднего предпринимательства.