

Маркетинговое исследование рынка рекламы г. Шахты Ростовской области: состояние и тенденции развития

Малинина Ольга Юрьевна

Институт сферы обслуживания и предпринимательства (филиал) ДГТУ в г. Шахты

кандидат экономических наук, доцент, магистрант

Аннотация

В статье обоснована актуальность проведения маркетинговых исследований рынка рекламы, представлено авторское видение понятия «маркетинговые исследования рынка рекламных услуг». Основные вопросы статьи посвящены исследованию рынка рекламных услуг г. Шахты, представлен анализ конъюнктуры рынка наружной рекламы, рекламы в общественных местах, рассчитаны показатели интенсивности конкуренции основных игроков рекламного рынка города.

Ключевые слова: маркетинговое исследование, рекламный рынок, рекламные услуги, наружная реклама, реклама в общественных местах, конъюнктура рекламного рынка.

Market research advertising the Rostov region: state and development trends

Malinina Olga Jur'evna

*The Institute of service sector and entrepreneurship (branch) of DSTU in Shakhty
candidate of economic Sciences, associate Professor, undergraduate*

Abstract

The article substantiates the relevance of marketing research of the advertising market, represented by author's vision of the concept of «market research advertising services.» Key issues articles are devoted to advertising services market research of Mine, presents an analysis of situation of the outdoor advertising market, advertising in public areas, calculated indicators of the intensity of competition of the advertising market of the city's main players.

Keywords: marketing research, advertising market, advertising services, outdoor advertising, advertising in public places, advertising market conditions.

В реалиях сегодняшних дней рынок рекламной индустрии, как уникальная сфера профессиональной деятельности, демонстрирует положительные прогрессивные изменения. Реклама как особый вид социальной коммуникации, который инициируется рекламодателем и распространяется в любой форме с целью воздействия на определенную аудиторию, все больше проникает во все сферы современного социума.

Наружная реклама является одним из эффективных и мощнейших средств донесения необходимой информации до потребителя, и при этом, относительно других методов продвижения – недорогим. В условиях ужесточающейся конкуренции в секторе малого предпринимательства, когда каждый производитель или продавец старается по максимуму удовлетворить потребности клиента, именно наружная реклама может стать одним из способов повышения собственного имиджа в конкурентной борьбе.

Актуальность темы исследования связана с появлением и стремительным развитием различных рекламных технологий, а знание и умение применять данные технологии и использовать соответствующий вид рекламного распространения в своей деятельности на современном этапе развития экономических отношений становятся необходимыми условиями успешного процветания. Непрерывное развитие рекламного рынка, постоянные изменения, происходящие в нем, позволяют предприятиям, ориентируясь и учитывая тенденциозные изменения, выбирать эффективный рекламоноситель, что позволит в будущем повысить собственную прибыль, расширить торговые пространства, увеличить количество покупателей.

Учет происходящие изменения позволит систематическое проведение маркетинговых исследований рекламного рынка города.

В работе нами представлено авторское видение понятия «Маркетинговые исследования рынка рекламных услуг». Маркетинговые исследования рынка рекламных услуг представляют собой комплексный инструментарий в виде количественных и качественных методов систематического сбора информации, затрагивающей прямым или косвенным образом рекламные услуги с целью получения достоверной информации для принятия управленческих решений в области организации, реализации и контроля как объекта, так и субъекта рекламной деятельности.

В настоящее время в г. Шахты функционирует более 30 рекламных агентств, занимающихся оказанием различных рекламных услуг, в том числе предоставлением рекламных площадок для размещения наружной рекламы. Среди наиболее известных: РА Ozon, РА Printer, К Регион, РА Проф, Амега, LEO-PRINT, РА Дебют, РА РИФ, РИК, Рекламно-издательский центр, РА Солнечный ветер, РА СофиАрт, Стимул-Групп, РА Успех, Южная рекламная кампания.

Исследования показали, что ёмкость рынка наружной рекламы в период с октября по декабрь 2014 г. в г. Шахты составила 6 120 900 руб. В таблице 1 представлены объёмы продаж наружной рекламы в г. Шахты.

Наиболее стабильно-развивающейся компанией по критерию «предоставление рекламных мест» является многопрофильная организация ЗАО «Ризэли». Объём продаж рекламных мест на световых коробах «Ситилайт» компании составляет 450 500 руб. Данное значение в течение исследуемых месяцев является постоянным. На второе место можно отнести «Атлант-М», «Графика» и ПСТ.

Таблица 1 – Объёмы продаж рекламных агентств (наружная реклама) в 2014 г.

РА	Город	Рекламная конструкция	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
ЗАО Риэлти	Шахты	«Сити-лайт»	450500	450500	450500
Леон	Шахты	перетяжки - билборды - тумбы - придорожные ограждения - светодиодный экран	64800	55800	34800
Графика	Таганрог	Билборд	268200	268200	252700
ПСТ	Шахты	Билборд	181000	190000	170000
Альбион	Ростов-на-Дону	Билборд	58000	62000	64000
Атлант-М	Ростов-на-Дону	Рекламные щиты	272000	272000	272000
Формат	Ростов-на-Дону	Рекламные щиты	13600	12800	12800
Артмис	Шахты	Рекламные щиты	9000	12000	9000
«Европа-Плюс» радиостанция	Шахты	Рекламные щиты	32000	32000	32000
Другие			684550	711400	722750
Итого			2033650	2066700	2020550

При анализе локального расположения рекламных агентств, владеющих рекламными конструкциями в городе Шахты, было выяснено, что многие из них (40 %) располагаются за пределами исследуемого города – г. Ростов-на-Дону, г. Таганрог.

Характеризуя рынок с позиции заказчика (рекламного потребителя) следует отметить, что наиболее востребованными рекламными конструкциями оказались: рекламные щиты, билборды, тумбы, придорожные ограждения, перетяжки, сити-лайты. Наибольшая активность клиентов по размещению наружной рекламы наблюдается в ноябре.

Далее в таблице 2 представлены данные объёмов продаж наружной рекламы по рекламным агентствам, предоставляющим рекламные места в аренду.

Наиболее крупную долю на рынке наружной рекламы занимает ЗАО «Риэлти». За ним следует Атлант-М и Графика.

Таблица 2 – Доли рынка рекламных агентств

Рекламные агентства	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
ЗАО Риэлти	22,2	21,8	22,3
Леон	3,2	3,1	1,7
Графика	13,2	13,0	12,5
ПСТ	8,9	9,2	8,4
Альбион	2,9	3,0	3,2
Атлант-М	13,4	13,2	13,5
Формат	0,4	0,6	0,6
Артмис	0,4	0,6	0,4
«Европа-Плюс» радиостанция	1,6	1,5	1,6
Другие	33,7	34,4	35,8
Итого	100	100	100

В таблице 3 представлены показатели интенсивности конкуренции.

Таблица 3 – Показатели интенсивности конкуренции

Показатели интенсивности конкуренции	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
Индекс концентрации	69,4	69,5	71,7
Херфиндаля-Хиршмана	0,208	0,210	0,220

Расчет показателей интенсивности конкуренции на рынке наружной рекламы показал, что рынок наружной рекламы г. Шахты характеризуется достаточно высоким уровнем конкуренции.

Далее составим конъюнктурный прогноз развития рынка. Воспользуемся методом стандартного распределения вероятностей. В соответствии с данным методом экспертным путем необходимо определить три варианта прогноза: оптимистичный, вероятный и пессимистичный.

Оптимистичный прогноз развития рынка наружной рекламы определим расчетным путем:

$$O = C - E \quad (1)$$

где C – рыночный спрос, руб.;

E – емкость рынка наружной рекламы, руб.

Исследование показало, что основными рекламными потребителями в г. Шахты являются: салоны красоты, сетевые магазины бытовой техники, кредитно-финансовые учреждения, государственные организации, автосалоны, рестораны, бары, гостиницы, мебельные салоны, производители ПВХ-конструкций, строительные магазины. Опрос экспертов, занятых в

сфере наружной рекламы, показал, что рыночный спрос на наружную рекламу в городе составляет 32 400 554 руб. Емкость рекламного рынка – 24 483 600 руб. Таким образом, величина оптимистичного прогноза развития рынка наружной рекламы в г. Шахты составит 7 916 954 руб.

Значения вероятного и пессимистичного прогноза определяются в долях к его оптимистичной величине: вероятный прогноз составляет 50 % от оптимистичного, пессимистичный – 10 % от оптимистичной величины. С учетом этого, значение вероятного прогноза составит – 3 958 477 руб., пессимистичного – 791 695 руб.

Далее, на основе формул математической статистики, определим наиболее вероятное значение прогноза и стандартное отклонение.

Вероятное значение прогноза рынка наружной рекламы г. Шахты:

$$EP = \frac{O + 4M + P}{6} \quad (2)$$

где O – оптимистичный прогноз развития рынка, руб.

M – вероятный прогноз, руб.

P – пессимистичный прогноз, руб.

Стандартное отклонение:

$$CO = \frac{O - P}{6} \quad (3)$$

Соответственно величина вероятного прогноза составит – 4090426 руб., при этом стандартное отклонение – 1 187 543,2 руб.

Прогноз развития рынка наружной рекламы г. Шахты:

$$\begin{aligned} P_{\text{мин}} &= EP - 2xCO \\ P_{\text{макс}} &= EP + 2xCO \end{aligned} \quad (4)$$

В соответствии с этим, прогноз развития рынка наружной рекламы г. Шахты будет находиться в интервале от 1 715 339,6 руб. до 6 465 512,4 руб.

В целом, рассматривая рынок наружной рекламы г. Шахты, можно сделать вывод о том, что он характеризуется достаточно острой конкуренцией, однако основные объемы рекламных площадей сосредоточены в руках трех крупных игроков. Несмотря на это, рынок до сих пор остается перспективным и прибыльным. Многие производители осознали роль рекламы в грамотном построении бренда и увеличении финансовых рисков при непрофессиональном планировании и реализации рекламы. Положительным является повышение доверия к специалистам и понимание их роли в продвижении собственного бизнеса.

На рисунке 1 представлено размещение наружной рекламы в количественном выражении.

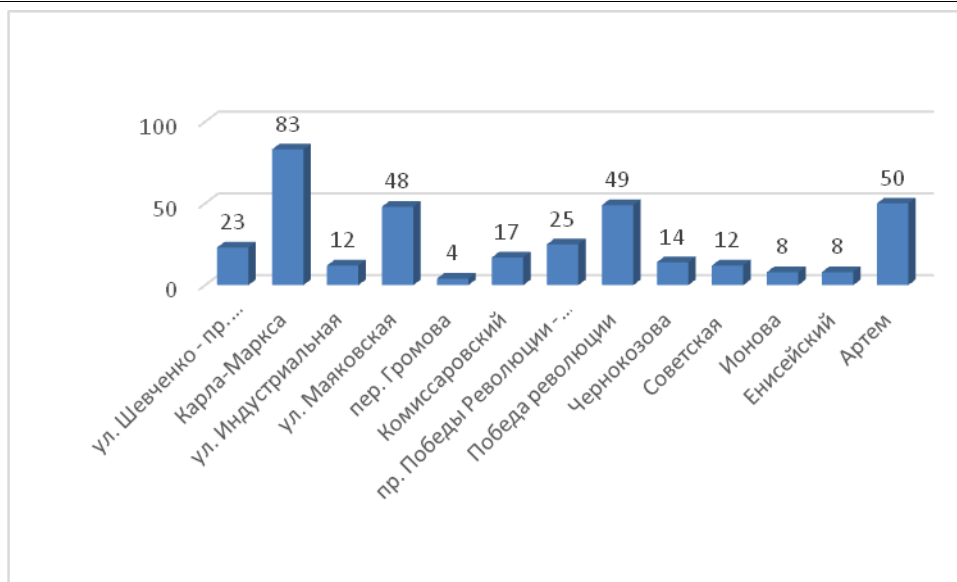


Рисунок 1 – Размещение наружной рекламы в количественном выражении (шт.)

Наибольшее количество рекламных конструкций наблюдается по пр. Карла-Маркса – 83 шт. Наименьшее количество – 8 шт. по пер. Громова.

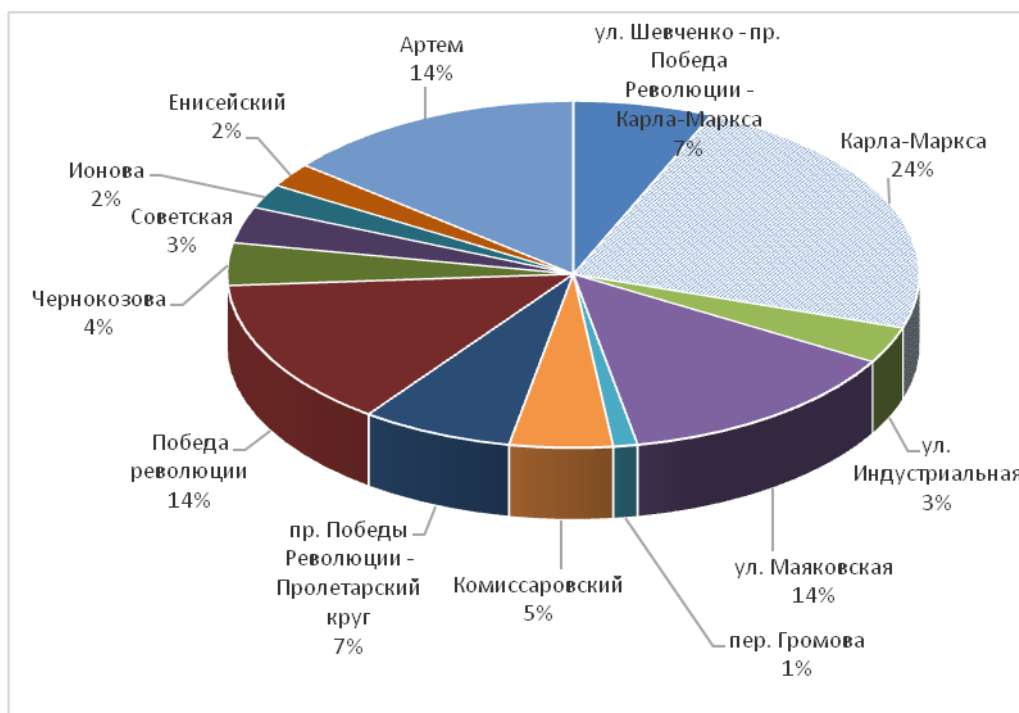


Рисунок 2 – Структура размещения наружной рекламы в г. Шахты

В таблице 4 представлена информация о размещении рекламных конструкций относительно районов города Шахты.

Таблица 4 – Анализ размещения рекламных конструкций относительно районов города Шахты

Место размещения рекламы	Количество рекламных конструкций, шт.
Центр города	267
Территория, прилегающая к центру	24
Периферийные районы	62

На рисунке 3 представлена структура размещения наружной рекламы в г. Шахты относительно районов.

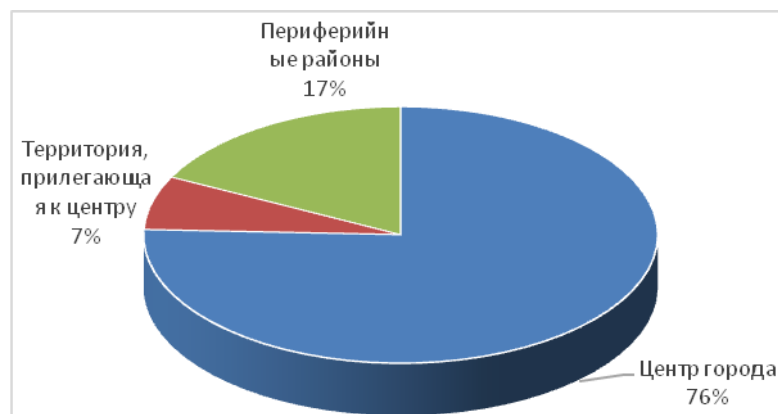


Рисунок 3 – Структура размещения наружной рекламы в г. Шахты относительно районов

Анализ структуры размещения наружной рекламы в г. Шахты относительно районов показал следующие результаты:

- наибольшее количество рекламных конструкций сосредоточено в центре (76%);
- на территории, прилегающей в центру 7%;
- на периферийных районах – 17%.

В таблице 5 и на рисунке 4 представлено исследование принципов размещения наружной в зависимости от арендной цены и количества рекламных щитов.

Таблица 5 – Исследование принципов размещения наружной рекламы в г. Шахты

Улица	Кол-во щитов	Средняя цена на размещение наружной рекламы
ул. Шевченко - пр. Победа Революции - Карла-Маркса	23	8456,522
Карла-Маркса	83	16248,19
ул. Индустриальная	12	8283,333
ул. Маяковская	48	7416,667
пер. Громова	4	8000
пер. Комиссаровский	17	7911,765
пр. Победы Революции - Пролетарский	25	7340

круг		
пр. Победа Революции -Чернокозова	63	6872
ул. Советская-Парковая	12	5250
ул. Ионова	8	6500
пер. Енисейский	8	5750
пос. Артем	50	5105

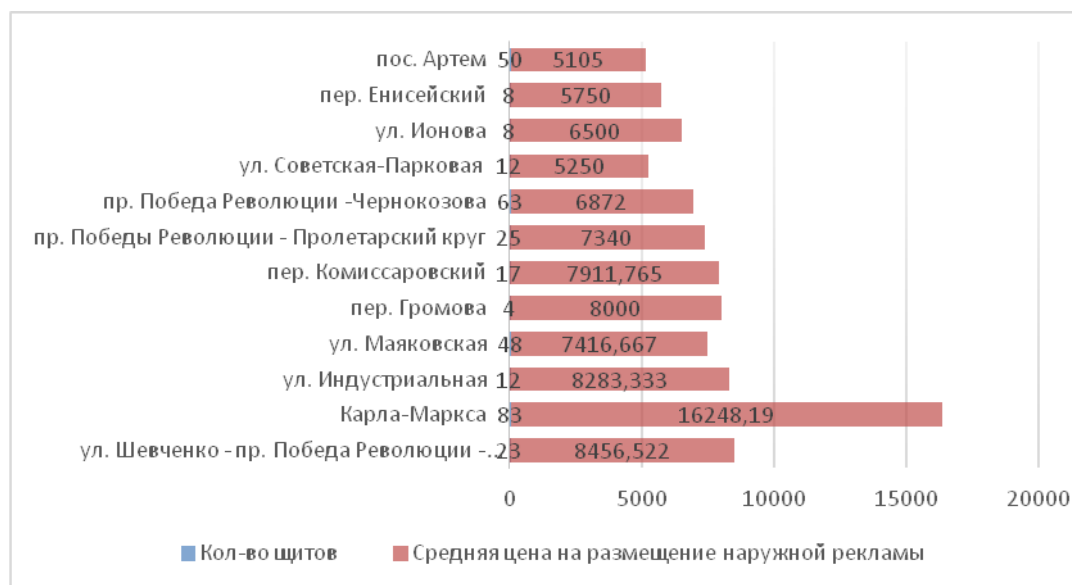


Рисунок 4 – Диаграмма зависимости цены и количества рекламных щитов относительно основных районов города Шахты

Анализ первичных данных позволил сформулировать следующие выводы:

– наибольшее количество рекламных конструкций размещено в центральной части г. Шахты. Арендная стоимость данных рекламных площадей составляет от 6 500 руб./мес. (ул. Ионова) до 16 248 руб. / мес. (пр. Карла-Маркса);

– на территории, прилегающей к центру, зафиксировано 24 щита, минимальная арендная стоимость которых составила 5 250 руб./мес. (по ул. Парковая) и максимальная 8 000 тыс. руб. / мес. (пер. Громова).

– на территории периферийных районов города зафиксировано 62 щита. Средняя минимальная цена составила 5 105 тыс. / мес. (пос. Артем), а максимальная – 8 283 руб./мес. (ул. Индустриальная).

Средняя стоимость аренды наружной рекламной площади в г. Шахты составила 8 323 руб. / мес.

Маркетинговое исследование рынка рекламы в общественных местах проводилось методом наблюдения в следующих пунктах г. Шахты: ЦУМ, Кинотеатр «Аврора», ТЦ «Рассвет», ОДЦ «Город Будущего», ТЦ «Пушкинский».

Таблица 6 – Реклама в общественных местах (октябрь 2014 г.)

Место расположения	Вид рекламного носителя	Рекламное агентство	Рекламируемая фирма, продукт, услуга	Хронометраж ролика, сек	Стоимость, руб./мес.
1	2	3	4	5	6
ЦУМ	Светодиодный экран	«Леон»	Р-н «На Садовой», рекл. компания «Леон», м-н «Интер-спорт», загородный клуб «Нескучный сад», детский игровой клуб «Почемучка», р-н «Осака», Бассейны Дона.	10	10500
	Видеостенд	«Цель»	Хинкали-Бар, ТД «Поиск».	15	7000
Кинотеатр «Аврора»	Видеостенд	«IM Gagarin»	М-н «Эльдорадо», м-н «Айсберг», м-н «Kari», м-н конструкций из стекла, БТК групп, рекл.компания «IM Gagarin», кафе «Сушимикс», салон красоты Ивана Корниченко, салон тайского массажа «Thai Way».	15	2800
	Телеэкран	ИП	Р-н «Реджиани», Дворец Спорта, ЗАО «Прогресс», к-р «Аврора», бюро деловых услуг, кафе «Пить кофе», рекл.компания «Леон», кожгалантерея в Доме Быта, -фото-видео студия «Кадр», м-н «Про:спорт», социальная реклама МЧС «Сохрани себе жизнь».	15	300
ТЦ «Рассвет»	Видеостенд	«IM Gagarin»	М-н «Центробувь», м-н «М-Видео», м-н «Кокетка», Вася Часовой, пиццерия «Сапоре Пицца».	15	2800

ОДЦ «Город Будущего»	Видеостенд	«Цель»	ТД «Поиск», фитнес-клуб «Бали», м-н «Concept Club».	15	4000
	Видеостенд	«ИМ Gagarin»	кафе «Сушимикс», м-н «Эльдорадо», obuv.com, Gloria Jeans, м-н «Kari», рекл.компания «ИМ Gagarin».	15	2800
ТЦ «Пушкинск ий»	Видеостенд	«Леон»	г-т «Магнит», м-н «Офис-класс».	10	5500
Итого					167 000

Объём рекламного рынка в общественных местах за октябрь 2014 года составил 167 000 руб.

Далее представлена характеристика по критериям «место размещения» и «рекламное агентство». Данные исследования представлены в таблице 7.

Таблица 7 – Анализ размещения рекламы в общественных местах

Место размещения	Сумма
ЦУМ	87500
Кинотеатр «Аврора»	28500
ТЦ «Рассвет»	14000
ОДЦ «Город Будущего»	26000
ТЦ «Пушкинский»	11000

На рисунке 5 представлена структура рекламного рынка в общественных местах.

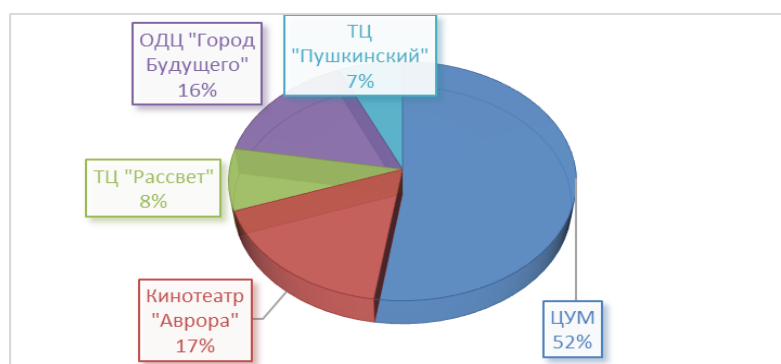


Рисунок 5 – Структура рекламного рынка в общественных местах по критерию «размещение» за октябрь

В структуре рекламного рынка в общественных местах относительно места размещения преобладает Центральный Универмаг, его доля составляет 52 %.

Таблица 8 – Анализ размещения рекламы в общественных местах с позиции рекламных агентств (октябрь 2014)

Рекламное агентство	Сумма
Леон	84500
Цель	26000
«IM Gagarin»	53200
Индивидуальные предприниматели	3300
Итого	167 000

Представим полученную информацию в виде круговой диаграммы на рисунке 6.

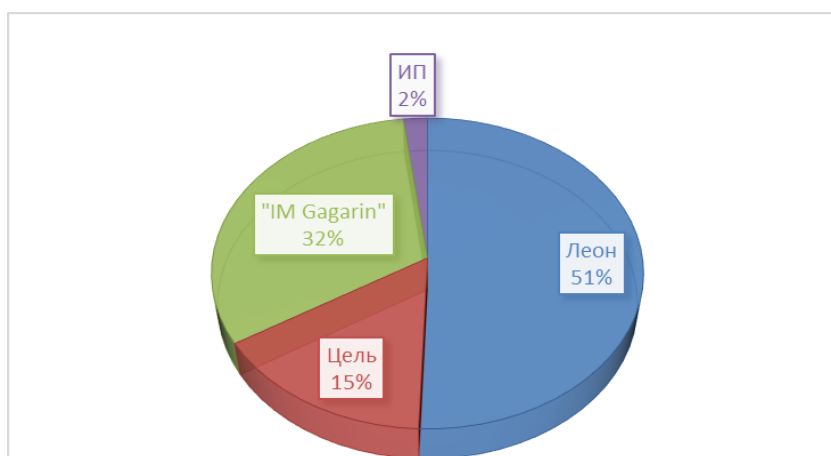


Рисунок 6 – Структура рекламного рынка в общественных местах по критерию «Рекламное агентство» за октябрь

Наибольшую долю в структуре рынка рекламы в общественных местах относительно принадлежности к рекламному агентству занимает РА «Леон» – 51 %, далее «IM Gagarin» – 32 %.

В таблице 9 представлены данные об объемах наружной рекламы в общественных местах за октябрь 2014 г.

Таблица 9 – Объёмы наружной рекламы в общественных местах (октябрь, 2014 г.)

Место размещения	Сумма
ЦУМ	98000
Кинотеатр «Аврора»	28800
ТЦ «Рассвет»	14000
ОДЦ «Город Будущего»	32800
ТЦ «Пушкинский»	11000
Итого	184600

На рисунке 7 приведена структура рекламного рынка в общественных местах по критерию «размещение» за ноябрь 2014 года.

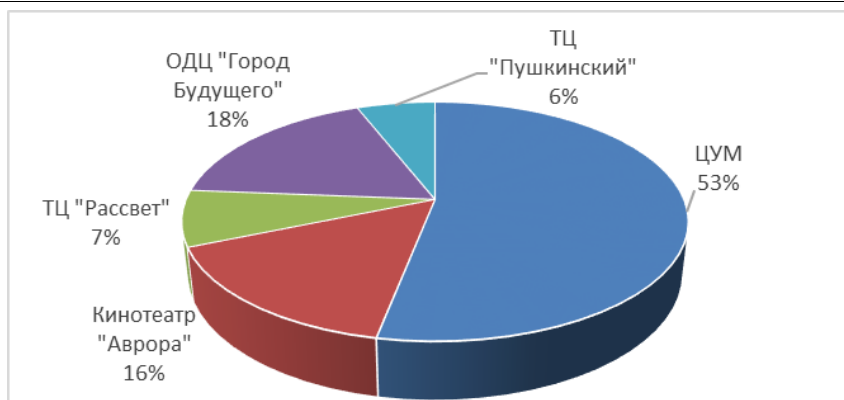


Рисунок 7 – Структура рекламного рынка в общественных местах по критерию «размещение» за ноябрь

На момент исследования лидером, среди рассматриваемых объектов, стал Центральный универмаг. Доля наружной рекламы в ЦУМе составила 53 %.

В таблице 10 приведены данные о рекламных агентствах, размещающих рекламу в общественных местах.

Таблица 10 – Анализ размещения рекламы в общественных местах с позиции рекламных агентств (ноябрь 2014)

Рекламные агентства	Сумма
Леон	95000
Цель	30000
«IM Gagarin»	56000
ИП	3600

На рисунке 8 представлена структура рекламного рынка в общественных местах по критерию «Рекламное агентство» за ноябрь 2014 года.

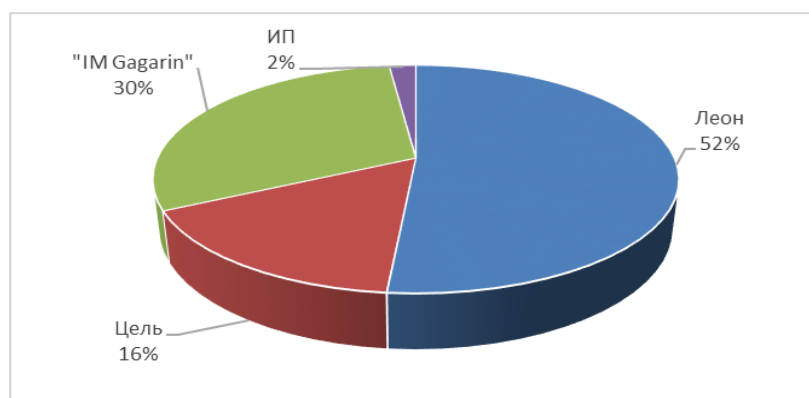


Рисунок 8 – Структура рекламного рынка в общественных местах по критерию «Рекламное агентство» за ноябрь

Лидером по размещению наружной рекламы в общественных местах стало агентство «Леон». Его доля составляет 52 %. Далее следует «IM Gagarin» – 30%.

В таблице 11 приведены цифровые данные об объемах наружной рекламы в общественных местах (ноябрь, 2014 г.).

Таблица 11 – Объемы наружной рекламы в общественных местах (ноябрь, 2014 г.)

Место размещения	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
ЦУМ	87500	98000	108500
Кинотеатр «Аврора»	28500	28800	31600
ТЦ «Рассвет»	14000	14000	14000
ОДЦ «Город Будущего»	26000	32800	35600
ТЦ «Пушкинский»	11000	11000	11000
Итого	167000	184600	200700

Прогноз объемов рекламного рынка в общественных местах (г. Шахты, октябрь-декабрь) представлен на рисунке 9.

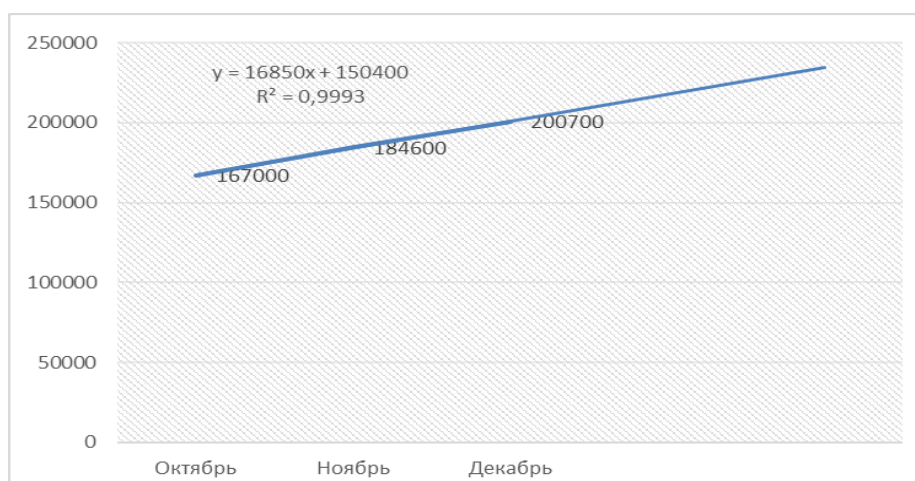


Рисунок 9 – Прогноз объемов рекламного рынка в общественных местах (г. Шахты, октябрь-декабрь 2014 г.)

Прогноз объемов рекламного рынка в общественных местах свидетельствует об увеличении рекламных услуг в будущем периоде.

Проанализировав представленную информацию можно отметить следующее:

- все рекламные агентства г. Шахты являются предприятиями с различными организационно-правовыми формами, но при этом все они относятся к малому бизнесу;
- месторасположение рекламных агентств – в округе центра города и за его пределами;
- оказываемые рекламные услуги довольно разноплановы;
- отсутствует массовое предложение по разработке интернет-рекламы;
- не развиты специфические виды рекламных услуг, относящихся к группе ВТЛ.

Библиографический список

1. Администрация города Шахты. URL: <http://shakhty-gorod.ru/economics/department-of-advertising-regulation/itogi.php> (дата обращения 05.06.2016).
2. Маркетинговые исследования // Маркетинг в России и за рубежом. URL: <http://www.mavriz.ru/articles/2000/5/359.html> (дата обращения 05.12.2015)
3. Методологические аспекты проведения маркетинговых исследований URL: <http://www.cfin.ru/press/practical/2007-02/03.shtml> (дата обращения 05.03.2016).
4. Дорошенко Е.И., Гончарова Е.Б. Маркетинговые технологии исследования рынка рекламы // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2014. № 10.
5. Девочкина Е.Ф. Рынок рекламы как объект статистического исследования // УЭКС. 2014. №1. С.5.