

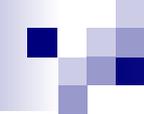


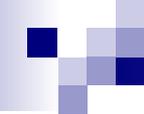
Рыночные стратегии предприятий СМИ

Причины укрупнения медиа-ХОЛДИНГОВ

- Из личных амбиций и стремлений собственников компаний расширить свой бизнес. Они реинвестируют прибыль в развитие компании, привлекают дополнительный капитал. Собственники и руководители таких компаний активно используют стратегии поглощения своих более слабых конкурентов.

- 
- объективные регулярные потребностями СМИ в определенных ресурсах или ресурсах, к которым у компании затруднен доступ. В таких случаях предприятия СМИ покупают компании по производству программного обеспечения, бумажные комбинаты или дистрибьюторские сети.

- 
- 
- Стремление стабилизировать финансовое состояние компании. Они увеличивают масштабы своей деятельности для того, чтобы снизить риски изменений и колебаний в определенных сегментах рынка, а также, чтобы уменьшить свою зависимость от ценовой политики поставщиков и распространителей. В таких случаях медиакомпании приобретают активы в других секторах медиабизнеса.

- 
- Путем расширения своей географии медиапредприятия пытаются снизить риски экономических циклов. Если в одном из регионов, в котором у медиапредприятия есть свои активы, возникает определенный спад, то предприятие компенсирует его благодаря активам в других регионах.
 - Расширение бизнеса позволяет медиакомпаниям занять большую долю на рынке.

Стратегия горизонтального роста

- расширение компании в той же сфере, где она уже ведет свой бизнес, увеличение рыночной доли компании благодаря расширению производства или за счет приобретения аналогичных компаний, а также за счет расширения географии своего присутствия
- логика горизонтального роста очевидна: по мере расширения производства предельные и средние издержки сокращаются. Именно этот мотив является главным при принятии данной стратегии.

Стратегия вертикального роста

- рост, связанный с расширением производства на различных стадиях обработки одного продукта
- ведет к объединению в рамках одного медиапредприятий всех звеньев производственной цепочки
- схемы: газета + типография; газета + система распространения; кабельная сеть + компания-производитель развлекательных шоу
- придает медиакомпаниям уверенность в контроле над своими рынками, намечает новые направления экономии ресурсов

Стратегия диагонального роста

- объединение компаний, которые не производят одинаковую продукцию и не участвуют в общем производственном процессе
- ведет к созданию многоотраслевых диверсифицированных корпораций, способных контролировать цены, перераспределять ресурсы внутри корпораций между прибыльными и убыточными производствами, привлекать рекламу транснациональных корпораций, заинтересованных в комбинации различных рекламоносителей