

Чеботарьова І.Б.,

*ст. викладач кафедри медіасистем та технологій,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

Федотова Т.А.,

*студент,
Харківський національний університет радіоелектроніки*

АНАЛІЗ КОНКУРЕНТІВ ВИДАВНИЦТВА «VIVAT»

Для правильного налагодження маркетингової діяльності фірми необхідно дослідити конкурентів, тобто проаналізувати їх для виявлення слабких та сильних сторін.

Видавництво «Vivat» спеціалізується на книжково-журнальній продукції для різних віку та сфер діяльності. Основними конкурентами обраної фірми є видавництво «Ранок» (навчальна, методична та дитяча література), видавництво «Фоліо» (художня, дитяча, науково-популярна, довідкова та прикладна література) та видавництво «А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА» (в основному дитяча література, а також для підлітків і молоді) [1].

Виділили такі 5 ознак конкуренції: тематика та якість книг, видавнича діяльність, продажі й маркетинг, керування видавництвом і культура фірми [2].

Для оцінки діяльності конкурентів будемо користуватись 5-бальною системою, за якої 5 – високий результат (треба дослідити досвід), 3 – приблизна рівність, а 1 – зовсім не конкурентоздатний. Склали матрицю сильних сторін конкурентів (табл. 1) на основі їх аналізу.

Таблиця 1 – Матриця сильних сторін конкурентів

Конкурент	Ознаки конкуренції					Сума балів
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
№1 – Ранок	5	5	4	5	4	23
№2 – Фоліо	3	4	3	4	4	18
№3 – А-БА-БА-ГА-ЛА-МА-ГА	4	3	5	3	4	19

За всіма ознаками найбільшу суму балів заробило видавництво «Ранок», тому далі будемо порівнювати наше підприємство з ним. З матриці сильних сторін конкурентів (табл. 1) бачимо, що можемо покращувати 3 ознаки з обраних, але все одно не досягнемо поставленого рівня. Тому треба зосередити увагу на тих галузях, в яких ми можемо переважити інших конкурентів. Наприклад, «Vivat» не повинно зменшувати загальний наклад книжок, аби не здати свої позиції, та навіть навпаки намагатися збільшити кількість назв. Також треба звернути увагу на маркетингову діяльність і можливо запропонувати нові акційні рішення, а ще вкластися у рекламну кампанію.

Для подальшого оціночного порівняння видавництв будемо користуватися методом профілю [2]. Це необхідно робити для виявлення сильних і слабких сторін нашої фірми в порівнянні з головним конкурентом. Першим етапом цього методу є визначення ознак фірм, за якими можна характеризувати їх діяльність на ринку. Тож ми будемо характеризувати видавництва за наступними ознаками: якість книг, асортимент книг, цінова політика, доступність, об'єм продажів, рекламна діяльність, взаємодії з клієнтами, імідж фірми, час існування на книжковому ринку, книжкові клуби, здатність виділитися, маркетингова діяльність і партнери.

Наступним етапом є оцінка діяльності нашої та головної конкурентної фірми та побудова профілів. Будемо використовувати 9-бальну систему, де 9 – дуже добре, а 1 – дуже погано. На рис. 1 в правій частині наведено два профілі, нашого видавництва «Vivat» (червоний колір) та конкурента «Ранок» (синій колір). На основі двох створених профілів, побудували профіль сильних і слабких сторін (рис. 1, ліва сторона). Для цього використовували 12-бальну систему, від +6 до -6, за якої оцінки нашого видавництва прийняли за 0.

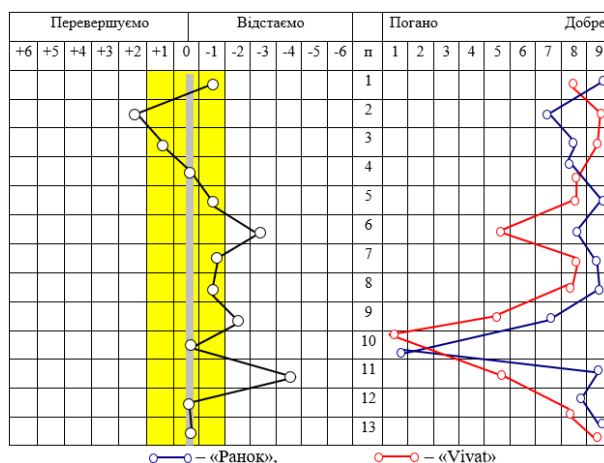


Рисунок 1 – Профіль сильних і слабких сторін

З рис. 1 спостерігаємо, що в більшості характеристичних ознак переважає наш конкурент – видавництво «Ранок». Але варто враховувати жовту зону, яка свідчить про похибку методу виміру, тому ці результати не будуть враховуватись. Тоді під наш аналіз підпадає тільки декілька ознак. Наше видавництво перевершує тільки за однією ознакою – асортимент. Час діяльності змінити або покращити неможливо. Тож розглянемо інші 2 ознаки.

Видавництво «Vivat» повинно приділити велику увагу рекламним заходам. Є велика кількість видів їх впровадження і навіть в сьогоденні умовах реклама буде мати не малий успіх. Здатність виділятися можна впроваджувати за допомогою професійного або ж навіть нестандартного, яскравого дизайну книг, але з такими методами також треба бути обережним.

Перелік джерел посилання

1. Рейтинг українських видавництв. *BookForum*.

URL:<https://bookforum.ua/p/rezultaty-knyzhkovogo-roku-ukrayinskyh-vydavnytstv>
(дата звернення 11.10.2022).

2. Методичні вказівки до лабораторних робіт з дисципліни «Основи маркетингу та рекламної діяльності» для студентів усіх форм навчання спеціальності 186 «Видавництво та поліграфія» [Електронне видання] / Упоряд. Чеботарьова І.Б. Харків: ХНУРЕ, 2022. 23 с.