

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ МЕДІЙНОГО РИНКУ

Студ. Кисіль В.О.

Наук. керівник доц. Зимбалецька Ю.В.

Київський національний університет технологій та дизайну

Поряд з телебаченням, радіомовленням та засобами Інтернет, друковані медіа можна вважати однією з основ матеріального втілення інформаційних потоків.

Сучасний поліграфічний ринок характеризується послідовним спадом об'ємів друкованої продукції, збільшенням кількості збиткових типографій, зміни структури ринку в результаті посилення конкуренції з зарубіжною поліграфічною базою.

Рентабельність підприємств залишається на низькому рівні, зокрема частка прибуткових підприємств не перевищує 38%, значна частина підприємств знаходиться в зоні нульової рентабельності. В газетно-журнальному секторі ринку поліграфічних послуг завантаженість підприємств складає 50-70%, конкуренція між підприємствами постійно зростає. В книжковому виробництві тільки 28% типографій мають відносно стабільну економіку та здатні здійснювати і обмежених масштабах необхідне відтворення. Найважливішим фактором, що визначає сучасний стан поліграфічного виробництва та його подальший розвиток, стає ціна виконуваних робіт, яка здійснює вплив на прибуток, рентабельність, та в кінцевому випадку на конкурентоспроможність підприємства.

Діяльність поліграфічних підприємств визначає відносини, що поєднують в собі виробничо-господарську діяльність юридичних та фізичних осіб, зайнятих створенням, виготовленням та розповсюдженням друкованої продукції. Аналіз основних складових поліграфічної галузі дозволив побудувати схему взаємовідносин між усім учасниками (рис. 1).

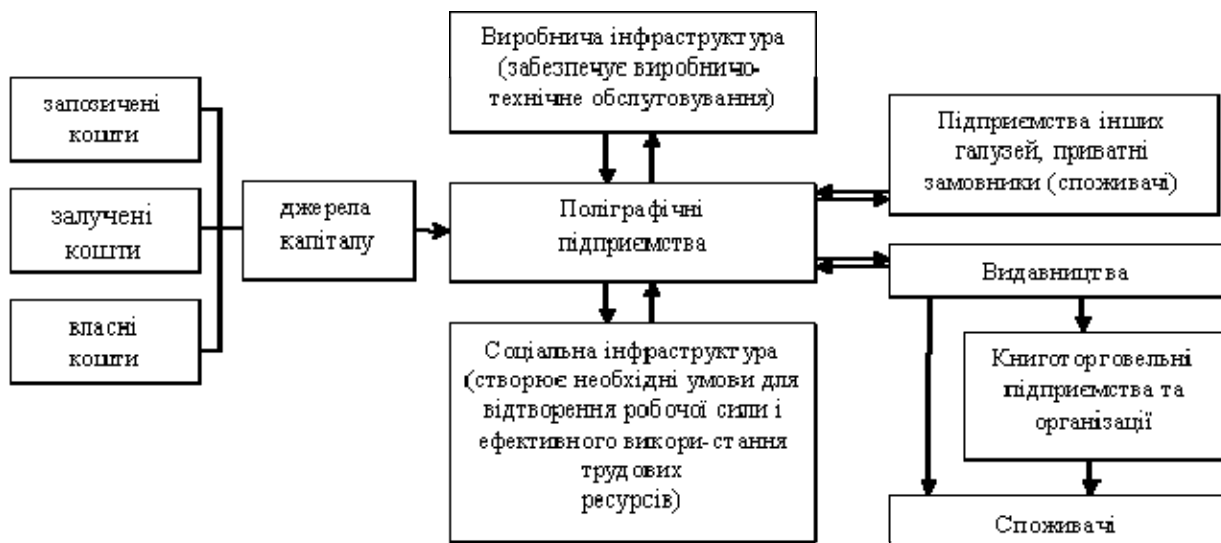


Рис.1. Взаємозв'язок та взаємовідносини на ринку друкованої продукції

Серед перспектив галузі експерти окреслюють створення центрів поширення друкованих видань «на вимогу», адже багато видань в сучасних умовах потребують обмежених тиражів, виготовлення яких в звичайних умовах є економічно недоцільним. Це можуть бути довідники та інструкції, спеціальні каталоги та додаткові тиражі наукових видань.

Суттєві зміни, що відбуваються у сфері масових комунікацій пов'язані з все ширшим використанням цифрових платформ. Досягнення цифрового друку відкривають можливості перевидання рідкісних видань та книг, що користуються підвищеним попитом.