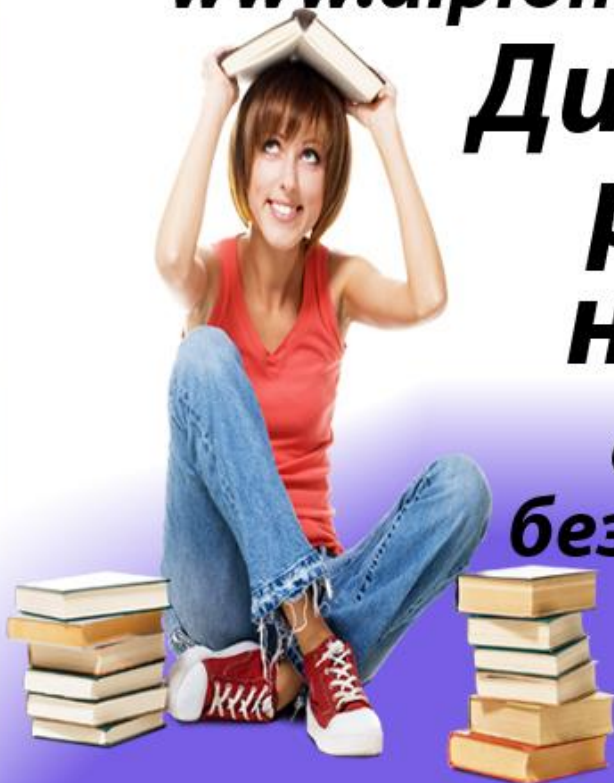


www.diplomstudent.net

Дипломные работы на заказ

от автора
без предоплаты



www.diplomstudent.net

Профессиональная
помощь
в написании
всех видов
работ
для
студентов
вузов



1.5. Анализ конкурентов журнала «Свадьба»

В результате проведенных маркетинговых исследований и анализа рассматриваемого сегмента рынка были определены основные конкуренты. На данный момент существуют два подобных издания под названием «Жених и Невеста» и «Молодожены».

Журнал «Жених и Невеста» формата А4 выпускается уже шесть месяцев ежемесячно тиражом пять тысяч экземпляров в месяц, объемом семьдесят две полосы, распространяется бесплатно на фирменных стойках в залах приема заявлений на регистрацию брака во Дворцах бракосочетания и отделениях ЗАГС Санкт - Петербурга и Ленинградской области. Таким образом, этот журнал доступен каждому потребителю данной продукции. Получается, что это конкурентное издание охватывает весь сегмент рассматриваемого рынка потребителей.

В журнале есть конкурс для молодоженов, призом которого является их свадебная фотография на обложке издания. Победитель определяется один раз в год в результате голосования на сайте журнала за понравившуюся фотографию. Голосовать могут все посетители сайта один раз. Фотографии молодожены присылают в редакцию по собственному желанию по почте или в электронном виде по электронной почте.

Журнал «Жених и Невеста» напечатан на глянцевой цветной бумаге, на обложку издания вынесено много информации, которая не отражает основные темы номера и создает эффект «нагромождения». Внутри журнал также оформлен не достаточно правильно с точки зрения восприятия информации читателем. Несмотря на то, что в издании существует ряд рубрик, информация в них либо не соответствует им, либо соответствует, но тут же размещены текст или рекламные модули, относящиеся к совершенно другой теме. Это большой минус, так как читателю неудобно находить интересующую его информацию, а также снижается эффективность рекламы для рекламодателей.

Для компаний, размещающих рекламу в журнале, есть существенный бонус – первое размещение рекламы – бесплатное.

В ходе исследования были выявлены цены на размещение рекламы на один номер, то есть на один месяц в журнале «Жених и Невеста». Они приведены в таблице 1.16.

Таблица 1.16

Цены на размещение рекламы в журнале «Жених и Невеста»

Название модуля	Размер модуля, часть от полосы	Цена за один номер, рубли
16	1/16	11 000
8	1/8	16 000
4	1/4	26 000
2	1/2	40 500
1	1/1	60 000
Последняя обложка	1/1	80 000

Высокие цены на размещение рекламы обусловлены тем, что журнал «Жених и Невеста» начал выпускаться первым, и у него некоторое время не было конкурентов.

Журнал «Молодожены» формата А4 выпускается на протяжении четырех месяцев ежемесячно тиражом две тысячи пятьсот экземпляров в месяц, объемом тридцать две полосы, распространяется в точках продаж печатной продукции в Санкт - Петербурге и Ленинградской области, стоимость одного экземпляра данного журнала на настоящий момент составляет пятьдесят рублей. Таким образом, это конкурентное издание не может охватить весь сегмент рассматриваемого рынка потребителей, так как не все пары, которые готовятся к свадьбе, покупают его, и, судя по тиражу, охватывает в лучшем случае половину рассматриваемого сегмента.

Журнал напечатан на глянцевой цветной бумаге, на обложке размещены фотография по свадебной тематике и основные темы номера. Внутри журнал красиво и грамотно оформлен, то есть тексты сопровождаются соответствующими красочными фотографиями, вся информация разбита на рубрики, каждая рубрика начинается с чистого листа. В журнале немного

рекламной информации, в основном текстовая. То есть таким изданием молодожены пользуются в основном только для того, чтобы узнать общую информацию о подготовке к свадьбе, традиции и обычаи. А вот куда именно им обращаться за необходимыми товарами и услугами – такой информации в журнале очень мало. В издании «Молодожены» нет конкурса для читателей, нет бонуса или специального предложения для рекламодателей.

Цены на размещение рекламы в журнале «Молодожены» представлены в таблице 1.17.

Таблица 1.17

Цены на размещение рекламы в журнале «Молодожены»

Название модуля	Размер модуля, часть от полосы	Цена за один номер, рубли
1/16	1/16	4 500
1/8	1/8	6 700
1/4	1/4	10 400
1/2	1/2	16 200
1/1	1/1	26 900
Последняя обложка	1/1	31 500

Несмотря на то, что оба издания выпускаются относительно недавно, уже можно видеть результат того, что эти журналы пользуются спросом, как у молодоженов, так и у рекламодателей. Люди, собирающиеся вступить в брак, охотно берут бесплатный журнал «Жених и Невеста» и покупают каталог «Молодожены» и пользуются рекламой и информацией, размещенной в журналах, а рекламодатели, которые с первого номера размещали рекламу, продолжают её размещать и, более того, в каждом номере появляются новые рекламодатели.

Далее в таблице 1.18 представлен сравнительный анализ конкурентов методом выставления оценок (по трехбалльной системе оценок).

Из таблицы 1.18 видно, что на данный момент лидирующее положение занимают журнал «Жених и Невеста», и он является конкурентом номер один для планируемого издания, и журнал «Свадьба», который собирается выпускать компания ООО «Телезритель». Следовательно, приложив некоторые усилия, журнал «Свадьба» может стать номером один среди данных изданий.

Сравнительный анализ конкурентов

Параметр	Журнал «Свадьба»	Журнал «Жених и Невеста»	Журнал «Молодожены»
Давность выхода издания	1	3	2
Тираж	3	3	1
Объем	2	3	1
Распространение	3	3	1
Оформление журнала	3	2	2
Конкурс для молодоженов	3	2	1
Цены на размещение рекламы	2	1	3
Бонус для рекламодателя	3	3	1
Средняя оценка	2.5	2.5	1.5

А именно, нужно будет увеличивать объем журнала путем добавления полезной информации и новых рекламодателей, поддерживать качество оформления журнала, следить за проведением конкурса для читателей и поддерживать хорошие деловые отношения с рекламодателями. Журнал «Молодожены» находится на последнем месте, то есть фактически не является прямым конкурентом для журнала «Свадьба», но компания ООО «Телезритель» должна периодически обращать внимание на это издание, чтоб вовремя выявить его попытки стать прямым конкурентом.

Список использованных источников

1. ФЗ«Об обществах с ограниченной ответственностью» от 8 февраля 1998 г. N 14-ФЗ//с изм. от 28 декабря 2010 г. N 409-ФЗ.
2. Антикризисное управление/под ред. Г.К. Таля, М.А. Федотовой.-М.: Инфра-М, 2009 г.
3. «Анализ хозяйственной деятельности предприятий» Савицкая Г.: Учебник- 2 –е изд., испр.-Мн.:ИП «Экоперспектива», 2012 г.-494 с.
4. Баканов М.И., А.Д. Шеремет «Теория экономического анализа» Москва, 2007 г.

5. Багиев Г.Л., В.М.Тарасевич, Х.Анн; Под ред. Г.Л.Багиева: Маркетинг: Учебник для Вузов. Рубрика: Маркетинг (планирование деятельности). Брендинг, 2010 г. – 733 с.
6. Баринов В. А. Стратегический менеджмент: [Учеб. пособие]/ В.А. Баринов, В.Л. Харченко; Целевое назначение: Учебники и учеб. пособ.д/ высшей школы(ВУЗы) ИНФРА-М 2011 г. – 284 с.
7. Валевиц, Р.П., Давыдова Г.А. Экономика торгового предприятия. Мн.: Вышэйшая школа, 2007г. 367 с.
8. Виханский О.С. Стратегическое управление: [Текст] учеб. пособие / О.С. Виханский. - М.: Гардарика, 2009г. - 296 с.
9. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. - М.: Финпресс, 2008г.
- 10.Дмитриева Е.В. Фокус-группы в маркетинге. - М.: Центр, 2009г. Дмитриев М.Н., Забаева М.Н. Экономика и предпринимательство в социально культурном сервисе и туризме. Учебник - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2006.- 399 с.
- 11.Ефимова О.В. Финансовый анализ : учебное пособие / О.В. Ефимова. - М. : Бухгалтерский учет, 2009. - 354с.
- 12.Ефремов В.С. Стратегия бизнеса. Концепции и методы планирования: [Текст] учеб. пособие / В.С. Ефремов - М.: Издательство "Финпресс", 2008г. - 192 с.
- 13.Журавлев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. Конспект лекций: учебное пособие / В.В. Журавлев, Н.Т. Савруков. – СПб.: «Политехника», 2009.- 427с.
- 14.Зуб А.Т. Стратегический менеджмент: теория и практика [Текст] / А.Т. Зуб. - М.: Аспект ПРЕСС, 2008г. - 415.
- 15.Зазыкин В. Г. Психология в рекламе. — М. Инфра, 2010г.
- 16.Ильин В.И. Поведение потребителей. Учебное пособие. - Сыктывкар: Сыктывкарский университет, 2009 г.

17. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс 2-е издание, - СПб.: Питер, 2008г. — 464 с.
18. Квартальнов В.А. Туризм: учебник.-М.: Финансы и статистика, 2003, 320с.
19. Лебедев-Любимов А. Психология рекламы. СПб., Питер, 2011г.
20. Макари И.Г. Реклама и методические подходы к целенаправленному формированию спроса. –М., Маркетинг. 2011г.
21. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М.: Вильямс, 2011 г. – 672 с.
22. Маркетинг: учебник/А.Н. Романов, Ю.Ю. Корлюгов, С.А. Красильников и др. под ред. А.Н. Романова.-М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2005 г.-560 с.
23. «Менеджмент»/ И.Н. Герчикова: Учебник, третье издание, Москва «Банки и биржи» Издательское объединение «Юнити» 2009г.
24. Организация и методы оценки предприятия (бизнеса): Учебник/под ред. В.И. Кошкина.-М., 2008 г.
25. Оценка предприятия: теория и практика: учебное пособие/под ред. В.В. Григорьева, М.А. Федотовой.-М.: Инфра-М, 2009 г.
26. Романов А. Н. - Маркетинг: учебник. - М.: «Банки и биржи», Издательское объединение «ЮНИТИ», 2011г.
27. Симоненко В.Д., Степченко Т.А. Основы потребительской культуры. - М.: Правовое просвещение, 2009г.
28. Рейтинг печатных изданий Санкт-Петербурга в 2012 г.[электронная версия]<http://www.reklama-online.ru>
29. Социологический энциклопедический словарь. - М.: ИНФРА-М-НОРМА, 2008г.
30. Санкт-Петербург в цифрах. Статистический сборник. 2013 г. [Электронная версия]<http://www.petrostat.gks.ru>
31. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособностью организации: Серия: Университетская серия. Издательство: Маркет ДС, 2008 г.- 208 с.

32. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент: Учебник. 9-е издание, исправленное и дополненное. Издательство: Дело, 2008 г – 448 с.
33. Чернышев М.А., Солдатова И.Ю, Бортник Е.М. и др. Стратегический менеджмент. Учебное пособие. Под ред. М. А. Чернышева. Ростов, 2009. – 265.
34. Шейнов В. П. Социально-психологические основы менеджмента. М., 2012г.
35. Экономика и статистика фирм: Учебник/ В.Е.Адамов, С.Д. Ильенкова, Т.П. Сиротина и др.; Под ред. Проф. С.Д. Ильенковой. - 2-е изд. - М.: Финансы и статистика, 2008г.
36. Экономика предприятия: Учебник для вузов/ Под ред. Проф. В.Я. Горфинкеля. - М.: Банки и биржи, Юнити, 2009г.
37. Энджел Д., Блэкуэлл Р., Миниард П. Поведение потребителей. - СПб: Питер Ком, 2009г.

Приложения