

Божена Шеремета, Наталя Чухрай, Олег Карий

Аналіз інструментів маркетингу як фактору підвищення конкурентоспроможності компаній на ринку кінопрокату в Україні

Основною метою статті є аналіз характеристик кіномаркетингу та прокату кінопродуктів в Україні та визначення ефективних інструментів маркетингу у мережах кінотеатрів для забезпечення їх конкурентоспроможності на вітчизняному ринку кінопрокату.

У статті визначено характеристики послуг з кінопрокату та їх відповідність вимогам сучасного споживача, висвітлено напрямки для підвищення якості послуг з кінопрокату для споживачів та розробка набору маркетингових інструментів для забезпечення конкурентоспроможності ринку кінопрокату.

Результати оцінки впливу сил конкуренції свідчать про найбільший вплив на мережі приватних кінотеатрів з боку міжгалузевої конкуренції, посередній вплив з боку споживачів послуг з кінопрокату та потенціальних конкурентів, слабкий вплив з боку постачальників та послуг-субститутів.

За результатами опитування можна зробити висновок про те, що кінотеатрам варто зменшити вартість квитків (шляхом проведення акцій і надання знижок постійним клієнтам), оскільки платоспроможність більшої частини населення не відповідає рівню вартості квитка. Також розширення асортименту продукції дозволить споживачам проводити більше часу в кінотеатрі, що призведе до збільшення суми середнього чеку. Цілком реальною перспективою у кінотеатрах є відкриття власних піцерій чи барів, що підвищить їх цінність для клієнтів.

Ключові слова: інструмент, ринок кінопрокату, компанії, мережі кінотеатрів, споживча цінність, інструменти маркетингу, кіномаркетинг

Класифікація JEL: M31, L82



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.

Божена Шеремета, Наталя Чухрай, Олег Карий

Анализ инструментов маркетинга как фактора повышения конкурентоспособности компаний на рынке кинопроката в Украине

Основной целью статьи является анализ характеристик киномаркетинга и проката кинопродуктов в Украине и определение эффективных инструментов маркетинга в сетях кинотеатров для обеспечения их конкурентоспособности на отечественном рынке кинопроката.

В статье определены характеристики услуг по кинопрокату и их соответствие требованиям современного потребителя, освещены направления для повышения качества услуг по кинопрокату для потребителей и разработка набора маркетинговых инструментов для обеспечения конкурентоспособности рынка кинопроката.

Результаты оценки влияния сил конкуренции свидетельствуют о наибольшем влиянии на сети частных кинотеатров со стороны межотраслевой конкуренции, посредственном влиянии со стороны потребителей услуг по кинопрокату и потенциальных конкурентов, слабом влиянии со стороны поставщиков и услуг-субститутів.

По результатам опроса можно сделать вывод о том, что кинотеатрам стоит уменьшить стоимость билетов (путем проведения акций и предоставлений скидок постоянным клиентам), поскольку платежеспособность большей части населения не соответствует уровню стоимости билета. Также расширение ассортимента продукции позволит потребителям проводить больше времени в кинотеатре, что приведет к увеличению суммы среднего чека. Вполне реальной перспективой в кинотеатрах является открытие собственных пицерий или баров, что повысит их ценность для клиентов.

Ключевые слова: инструмент, рынок кинопроката, компании, сеть кинотеатров, потребительская ценность, инструменты маркетинга, киномаркетинг

Классификация JEL: M31, L82



Статья находится в открытом доступе и может распространяться на условиях лицензии [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), что позволяет повторное использование, распространение и воспроизведение на любом носителе при условии наличия соответствующей ссылки на оригинальную версию статьи.