

Визначити «Об’єкт прогнозування» та виконати підготовчі етапи процесу прогнозування:

- визначення задачі;
- формування об’єкта прогнозу відповідно до поставленого завдання;
- збір ретроспективної інформації про об’єкта

Сформувати відповідно до типології прогнозів (мінімум 3 ознаки) загальну характеристику щодо майбутнього прогнозу відповідно до «Об’єкта прогнозування»

Об’єктом для прогнозування я вирішила обрати книжковий ринок. А саме, дослідити продажі книг через мережу Інтернет.

Зараз здійснювати покупки через Інтернет чи соціальні мережі дуже модно і просто. Все більше і більше з’являється нових продавців, але є ті, хто вже багато років працює на цьому ринку і не збирається здавати позиції.

Тож, я вирішила обрати 2 магазини роздрібного продажу і 2 видавництва, які здійснюють продажі через власний сайт.

Отже, для даного дослідження я обрала 1 український магазин і 1 закордонний, так само і з видавництвами – 1 вітчизняне та 1 закордонне. Для отримання даних про них, я використала їх сайти, а також, сайт з веб-аналітики <https://www.similarweb.com/>.

Для початку я пропоную порівняти книжкові інтернет-магазини.

З українських магазинів я обрала книжковий магазин Yakaboo.ua <https://www.yakaboo.ua/>.

Yakaboo – це національна книжкова платформа, яка, була заснована в 2004 році. Магазин пропонує понад 300 тисяч книжок 71 мовою у паперовому, електронному або аудіо форматах. Їх послугами та продуктами користуються понад 3 млн клієнтів, а співпрацюють вони більш ніж 500 українськими та закордонними видавництвами.

Місія Yakaboo

Наше призначення вийшло за межі продажу книжок:

- Ми популяризуємо читання.
- Ми підтримуємо українські видавництва та авторів.
- Ми розвиваємо українську книжку.

Наша місія – зробити Україну найбільш читаючою країною в Європі.

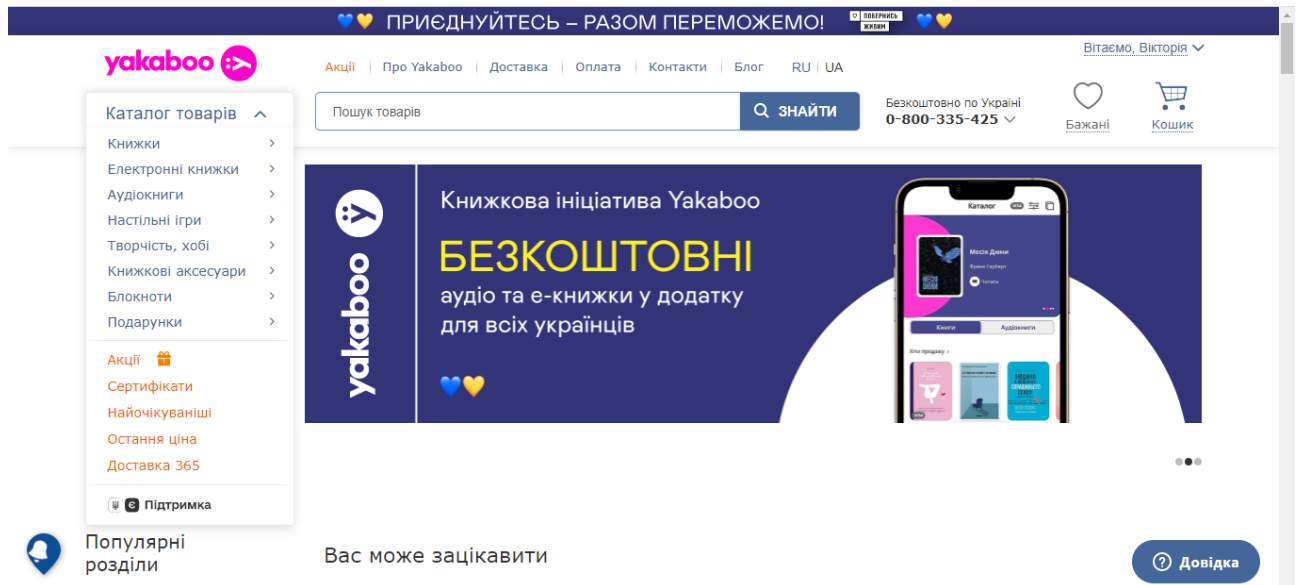


Рис.1. Головна сторінка українського інтернет-магазину

Для порівняння нашого українського магазину я вибрала британський книжковий інтернет-магазин Waterstones.com <https://www.waterstones.com/>.

Компанія Waterstones почала свою діяльність у 1982 році під егідою її засновника Тіма Уотерстоуна. Протягом наступних десятиліть вони перетворилися на ікону британського культурного ландшафту, наймаючи понад 3000 чудових книготорговців у понад 280 книжкових магазинах. Додатково вони відкрили свою мережу кав'ярень, де можна не тільки випити смачної кави або чаю, а ще почитати безкоштовно деякі книги, що там представлені.

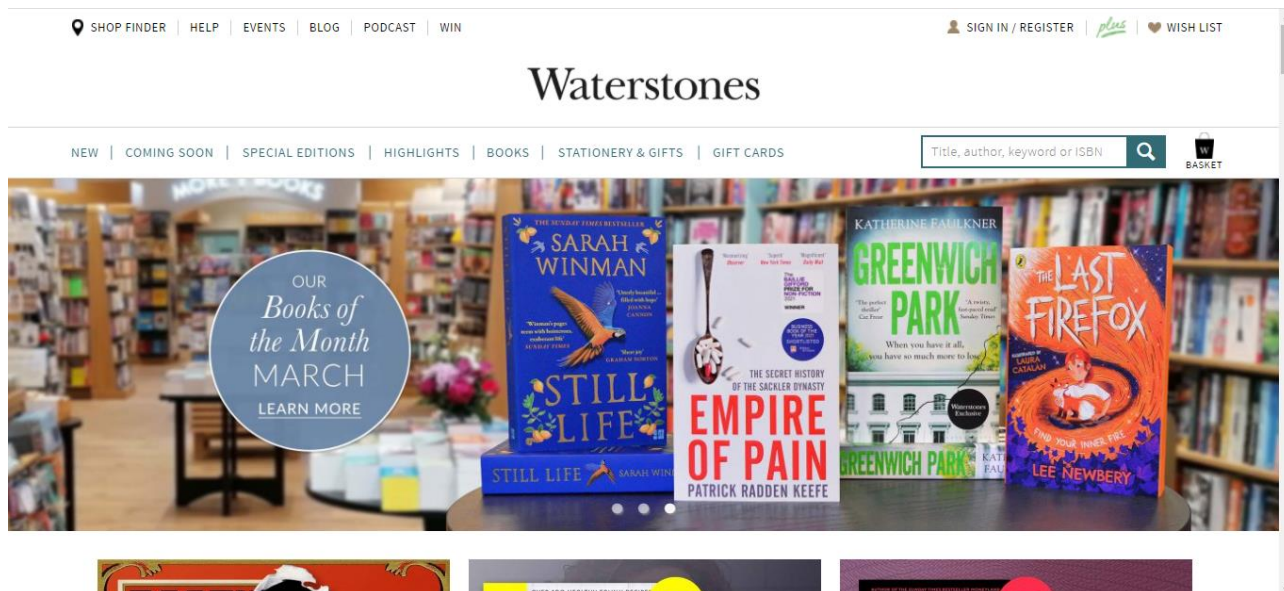


Рис.2. Головна сторінка британського інтернет-магазину

Тепер, коли ми ознайомилися з магазинами, можна їх порівняти. Я вибрала 4 позиції для цього: загальна кількість відвідувань, показник відмов, середня тривалість відвідування сайту, зміна загального трафіку.

Всі дані взято за лютий 2022 року.

Таблиця 1. Порівняння українського та британського інтернет-магазинів за 4 аспектами

	Yakaboo	Waterstones
Загальна кількість відвідувань, млн	2,4	4,5
Показник відмов, %	52,83	59,34
Середня тривалість відвідування, хв	05:08	02:04
Зміна загального трафіку, %	34,11	24,50

Отже, з таблиці ми вже можемо зробити невеликий висновок про розвиток книжкових інтернет-магазинів у нас і за кордоном. Кількістю відвідувань переважає британський магазин і це не дивно, тому що його клієнтами є люди з різних країн, в тому числі за межами Об'єднаного Королівства.

За даними показника відмов, бачимо, що в Україні користувачі не так часто відмовляються від уже вибраного товару, а отже, продаж може бути вищим або ж просто відбулася заміна позиції.

Середня тривалість відвідування показує, скільки часу витрачає потенційний покупець. Цей показник в українського ритейла вищий. Отже, українці довше перебувають на сайті і висновків може бути багато. Сайт нашого магазину може бути надто складним, або ж британський не цікавий і непривабливий.

Як я вже вище зазначала (перед таблицею), що дані взято в порівняння січня до лютого 2022 року. І бачимо, що зміна трафіку в українського магазину вища, ніж у британського. Отже, розуміємо, що незацікавленість українців в послугах продавця більша, ніж у закордонного.

Далі ми проаналізуємо видавництва.

Дані взято, як і у випадку, магазинів за лютий 2022 року.

Серед українських видавництв я обрала «КСД» <https://bookclub.ua/>.

«КСД» - було створено ще в 2000 році, але як видавництво розпочали роботу з 2002 року. Лідер видавничої галузі та найбільший дистриб'ютор книжкової продукції в Україні. За 22 роки роботи видано книжок загальним накладом понад 100 млн примірників. В асортименті видавництва приблизно 600 найменувань на рік художньої, прикладної та дитячої літератури.

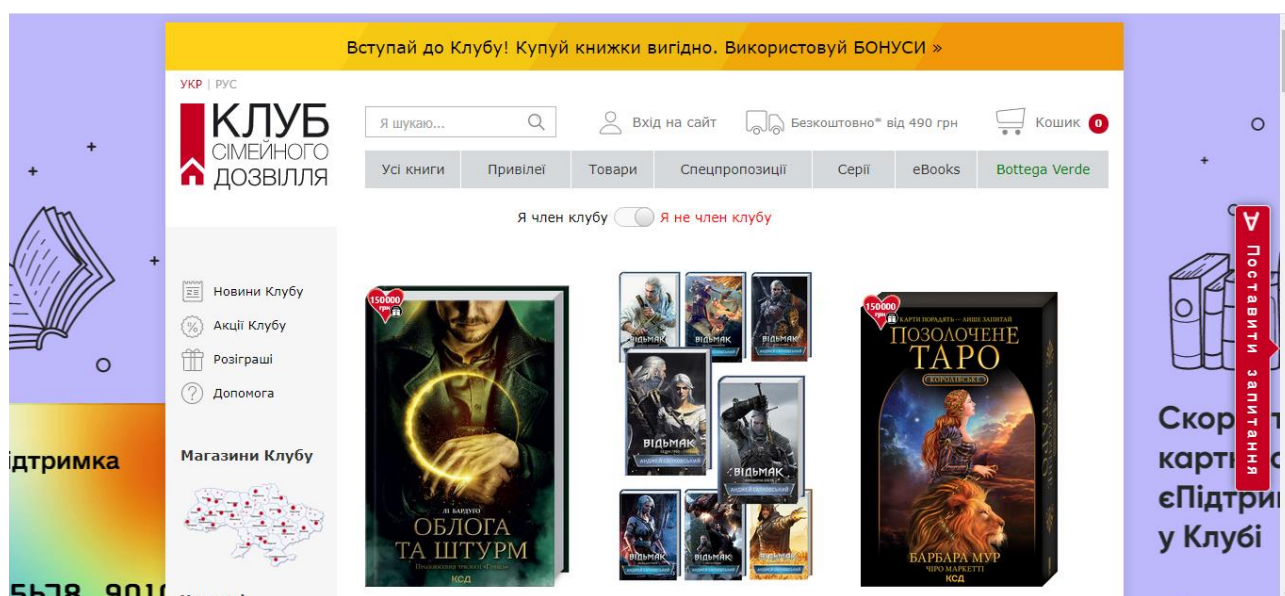


Рис.3. Головна сторінка українського видавництва

Для порівняння я вибрала британське видавництво Blumsbury.com <https://www.bloomsbury.com/>.

Видавництво Blumsbury - британське всесвітнє видавництво художньої та наукової літератури. Підрозділ Bloomsbury Academic & Professional отримав премію Bookseller Industry Award як академічний, освітній і професійний видавець року у 2013 та 2014 роках. Bloomsbury Professional (Великобританія), було створено в березні 2015 року. Вона зосереджена на публікації високоякісного практичного контенту для професіоналів, особливо у сфері міжнародного оподаткування, індійського непрямого оподаткування та корпоративного права.

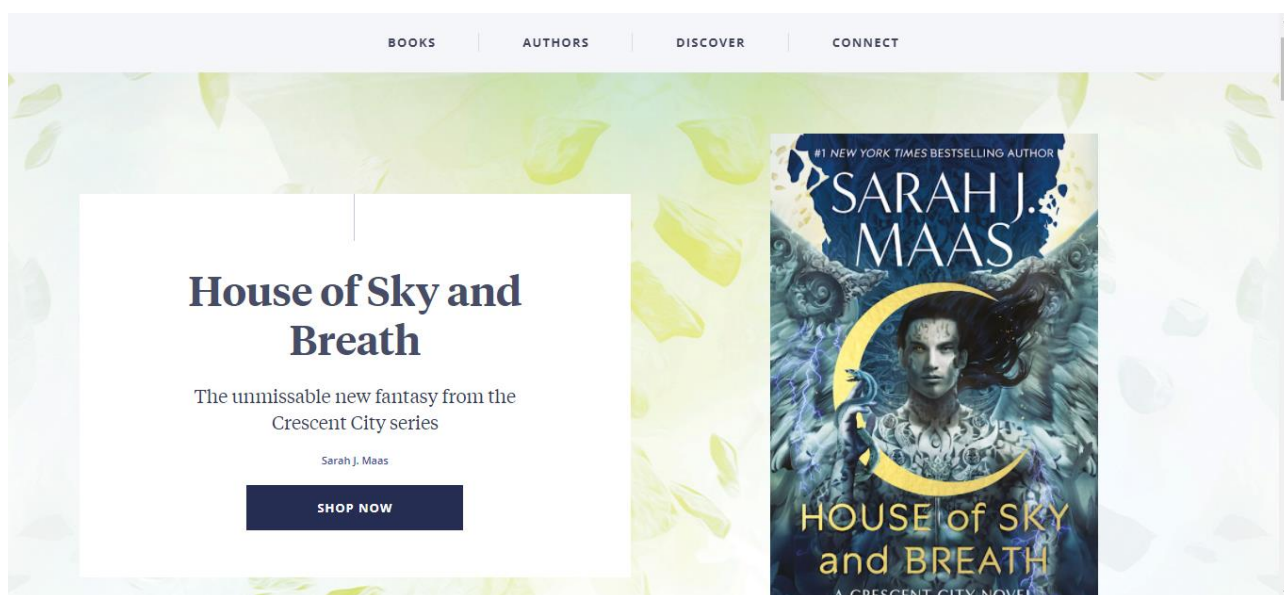


Рис.4. Головна сторінка британського видавництва

Після ознайомлення з видавництвами переходимо до їх порівняння за 4 показниками, за якими порівнювали інтернет-магазини.

Таблиця 2. Порівняння українського та британського видавництв за 4 показниками.

	«КСД»	Blumsbury
Загальна кількість відвідувань, тис	326,4	724,2
Показник відмов, %	43,54	65,76
Середня тривалість відвідування, хв	05:10	01:19
Зміна загального трафіку, %	44,28	16,65

Отже, з таблиці ми можемо зробити невеликий висновок про розвиток книжкових видавництв у нас і за кордоном. Кількістю відвідувань переважає британський магазин і це не дивно, тому що його клієнтами є люди з різних країн, в тому числі за межами Об'єднаного Королівства. Як і у випадку з інтернет-магазином.

За даними показника відмов, бачимо, що в Україні користувачі не так часто відмовляються від уже вибраного товару, а отже, продаж може бути вищим або ж відбулася заміна позиції у британського видавництва.

Середня тривалість відвідування показує, скільки часу витрачає потенційний покупець. Цей показник в українського видавництва більший. Отже, українці довше перебувають на сайті і висновків може бути багато. Сайт нашого видавництва може бути надто складним, або ж британський сайт швидше обробляє інформацію.

Далі бачимо, що зміна трафіку в українського видавництва вища, ніж у британського. Отже, розуміємо, що незацікавленість українців в товарах вітчизняного видавця більша, ніж у закордонного.

Загалом, ми бачимо, що ситуація між магазинами і видавництвами однакова. Переваги і там, і там співпадають. Тож, я вважаю, що подальші прогнози будуть відповідними.

За функціональною ознакою цей прогноз є пошуковим, адже ми відштовхуємося від даних минулого і сьогодення.

За терміном прогноз буде короткостроковим – лише на 1 місяць.

За об'єктом - це прогноз продажу окремих видів товарів, а саме книг.

За характером ринків прогноз є зовнішнім, тому що я для дослідження обрала український і британський ринки.

За характером процесу – це пошукове прогнозування, бо інформація я шукаю.

Таблиця 3. Продаж книг млн. пр. за 2016-2021 роки в Україні та Британії

	2017	2018	2019	2020	2021
Україна	45,13	47,02	61,25	62,10	67,42
Британія	190,6	190,9	191,6	202	212,4

Джерела

1. Дані про продажі книг у Великобританії та Україні за 2017-2021рр.

<https://www.statista.com/>