

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ, МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

УДК 659.1:339.137.22

РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ КОМПАНИИ

**Апекун Е.Н.,
Зборина И.М., к.э.н., доцент,
Полесский государственный университет**
Apekun E.N.,
Zborina I.M., PhD in Economics,
Polessky State University

Каждая компания, представленная на рынке, преследует четкую цель: повысить свою конкурентоспособность, стать лидером на соответствующем рынке и повысить свои доходы.

На конкурентоспособность компании большое влияние оказывают разнообразные факторы. Это и качество продукции, затраты на её приобретение и эксплуатацию, уровень развития сервиса. Одним из таких немаловажных факторов является продвижение организации или её продукции. Продвижение предприятия позволяет наладить коммуникации с реальными и потенциальными потребителями, способствует поддержанию интереса к производимой предприятием продукции, увеличению спроса на продукцию, росту объема продаж.

Одним из основных методов повышения конкурентоспособности организации и её продукции является известность фирмы. Рекламу можно определить, как любое средство, которое сначала привлекает внимание потребителей, а затем склоняет их к взаимовыгодному обмену. Это может быть запоминающаяся песня, оригинальное видео или простой слоган. А может быть целая история, досконально прописанный сюжет.

Рассматривая понятие с точки зрения влияния на поведение потребителей можно отметить, что реклама – это передача целенаправленной информации об услугах и товарах, об их производителях, имеющая характер убеждения. Одним из важнейших аспектов рекламы является пробуждение у потенциальной аудитории желания купить некий товар. Поэтому подавляющая часть рекламы призвана быть убеждающей по своему характеру с тем, чтобы привлечь новых приверженцев к товару или идее [3].

Чтобы покупатели предпочли товар определенного предприятия товару конкурентов, необходимо правильно донести информацию о товаре до покупателей и создать осведомленность о нем. Необходима правильная рекламная стратегия, чтобы клиенты узнали о наличии продукта и о том, что он может предложить.

В настоящее время Волковысское ОАО «Беллакт» является современной компанией, лидирующей на рынке продуктов для детского питания и молочной продукции. Умелое сочетание традиций переработки молока с новейшими технологиями и эффективной работой специалистов позволяет компании соответствовать высоким требованиям современного рынка [2].

Компания «Беллакт» уделяет много внимания и времени совершенствованию своей продукции. В 2022 году компания представила усовершенствованную смесь для вскармливания детей с риском развития аллергии «Беллакт Гипоаллергенный Active 1», рекомендуемую для питания здоровых детей из группы риска по развитию пищевой аллергии с рождения до 6-ти месяцев.

Изменения затронули не только состав смеси, но и дизайн её упаковки. На рисунке 1 представлен первоначальный вариант, характеризующийся красочностью и контрастностью. В обновленном дизайне на рисунке 2 сохранился основной цвет упаковки – фиолетовый, однако множество других ярких цветов было убрано. Упаковка обрела нежный и минималистичный вид, что является наиболее актуальным на сегодняшний день решением.



Рисунок 1. – Первоначальный дизайн упаковки смеси «Беллакт Гипоаллергенный Active 1»

Примечание – Источник: [1]



Рисунок 2. – Обновленный дизайн упаковки смеси «Беллакт Гипоаллергенный Active 1»

Примечание – Источник: [1]

Таким образом, усовершенствованный продукт нуждается в продвижении, с помощью которого удастся повысить интерес потребителей к данной смеси и добиться её большей узнаваемости, а также укрепить конкурентоспособность предприятия-производителя.

Рекламная стратегия Волковысского ОАО «Беллакт» оценивается достаточно высоко, а также постепенно развивается в лучшую сторону и задействует различные методы рекламы, расходуя имеющийся бюджет во многом на интернет. Активно обзревается детское питание, выкладываются советы и факты непосредственно для малышей, а также рекламируется новая продукция, которая предназначена уже для самих мам и их здоровья.

Активная аудитория Instagram в Беларуси превышает 500 тысяч пользователей. Реклама в Instagram появилась относительно недавно – в 2015 году. Кампании здесь запускаются через Facebook, для этого необходимо связать аккаунты в этих двух социальных сетях. Аудитория Инстаграм отличается высоким уровнем вовлеченности, так что при правильной настройке кампании и грамотно составленном объявлении можно получить хорошие результаты.

Нужно учитывать, что из-за специфики социальной сети и особенностей аудитории – молодая и преимущественно женская – реклама здесь подойдет не всем.

Однако целевая аудитория смеси «Беллакт Гипоаллергенный Active 1» – молодые мамы, поэтому платформа отлично подходит для продвижения продуктов детского питания.

В рамках предложенной рекламной кампании будет рассмотрено использование рекламы в Instagram Stories, пример которой представлен на рисунке. Предложенное рекламное сообщение состоит из двух слайдов, на первом из которых (рис. 3) представлена краткая информация и основные преимущества, а второй (рис.4) раскрывает важность некоторых из компонентов в составе, в частности польза новых для этой смеси олигосахаридов 2'FL.

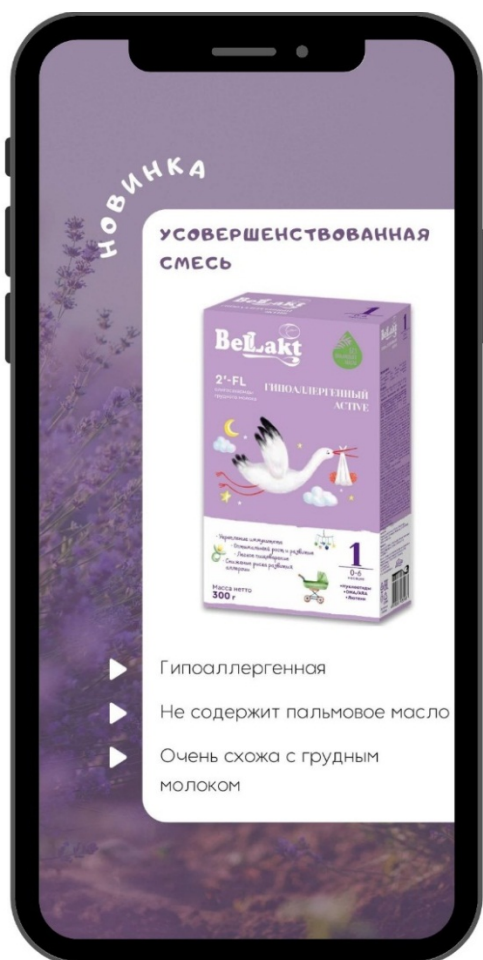


Рисунок 3. – Первый слайд рекламы смеси «Беллакт Гипоаллергенный Active 1» в Instagram Stories

Примечание – Собственная разработка



Рисунок 4. – Второй слайд рекламы смеси «Беллакт Гипоаллергенный Active 1» в Instagram Stories

Примечание – Собственная разработка

Размещение рекламы на баннерах (билборды) – очень распространенный способ заявить о себе. Основным преимуществом билбордов является доступность и наглядность рекламы. Благодаря внушительным размерам и яркому дизайну участники дорожного движения имеют возможность запомнить необходимую информацию на ходу, не создав при этом помех другим водителям.

Стоимость годового обслуживания такой рекламы очень высока. Поэтому арендуют билборд с некоторой периодичностью и в случае положительной отда-

чи. Этот недостаток дополняет перенасыщенность рекламы подобного формата. Компании из разных отраслей, в том числе, конкуренты, также заказывают билборды. Это перегружает восприятие городской среды. И чтобы как-то выделиться, требуются дополнительные траты на разработку собственного дизайна (форма, подсветка). Билборд формата 6x3 м является самым распространенным. Помогают на оживленных дорогах и трассах, вдали от исторических мест и памятников.

На рисунке 5 представлен вариант рекламы на баннере для смеси «Беллакт Гипоаллергенный Active 1». На билборде большим размером и контрастным цветом выделена ключевая фраза «Не отличить от грудного молока!». Ниже представлены основные преимущества, а в левой части рекламного сообщения изображен сам продукт, «погружающийся» в молоко.

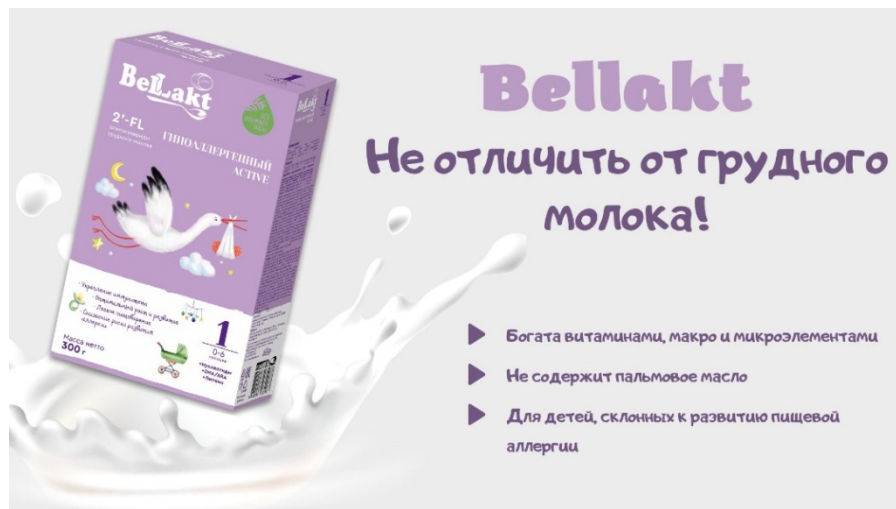


Рисунок 5. – Реклама смеси «Беллакт Гипоаллергенный Active 1» на билборде
Примечание – Собственная разработка

Перейдем к расчету экономической эффективности разработанных мероприятий. Расходы на Рекламу товара в Instagram составят 5, 6 тыс. рублей, Стоимость размещения рекламы на баннерах для белорусских производителей 590 рублей, само изготовление стяжки и монтаж/демонтаж – 1100 рублей. Затраты на два баннера составят 3,38 тыс. руб. Суммарные затраты на реализацию рекламных мероприятий составят 8,98 тыс. руб. Чтобы рассчитать эффект от внедрения программы, нам необходимо разделить потенциальную прибыль на сами затраты.

Ожидаемый прирост прибыли от предложенных мероприятий составит 10% от чистой прибыли за 2021 год, и будет равен 2864,3 тыс. руб. Это значение будет взято за реалистичный прогноз.

Для подсчета экономической эффективности разработанных мероприятий необходимо найти отношение прироста прибыли к затратам на реализацию рекламных мероприятий. При пессимистичном прогнозе эффективность составит 159,48, при реалистичном – 318,96. Оптимистичный прогноз представляет эффективность в размере 478,45.

Таким образом, предложенные мероприятия не только увеличат прибыль предприятия и привлекут внимание к обновленному продукту, но и повысят конкурентоспособность и узнаваемость Волковысского ОАО «Беллакт».

Список использованных источников

1. Беллакт [Электронный ресурс] – Режим доступа <http://www.bellakt.com> Дата доступа: 15.09.2022.
2. Беллакт [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.instagram.com/bellakt.belarus/> – Дата доступа: 14.09.2022
3. Маркетинг: Учебник / И. Л. Акулич. – 3-е изд. – Мн.: Выш. шк., 2004.-463 с.