

25. ПОШТОВА РОЗСИПКА І ЗОВНІШНІ ЗАСОБИ РОЗПОВСЮДЖЕННЯ РЕКЛАМИ ЯК СКЛАДОВІ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ ПІДПРИЄМСТВА ВАТ «ГАЛАКТОН»

О.Ф. Шаповал, канд. екон. наук

А.Д. Кушнір

Серед засобів реклами, що забезпечують високу вибірку аудиторії і гнучкість по відношенню до її територіального охоплення, виходячи з конкретних інтересів і задач організації рекламодавця, ефективною є пряма поштова реклама. Ще одним важливим типом рекламних носіїв є зовнішня реклама, яка охоплює всі засоби поширення реклами, що впливають на споживачів.

У наукових працях Б. Бродського, А. Калєєва та О. Тарасова зовнішня реклама розглядається як засіб оформлення і організація міського середовища. Дослідження поштової реклами здійснюється переважно західними теоретиками та практиками реклами — К. Ротулем, Ч. Сентіджем, В. Фрайбергером.

Використання рекламних засобів для просування продукції на ринок вимагає великих грошових витрат, а нестабільна економічна ситуація в країні не дозволяє вітчизняним виробникам витрачати значні кошти на рекламу товарів та послуг. Але навіть в умовах кризи, провідні компанії постійно використовують різноманітні медіа-канали та засоби для поширення інформації про свої товари, адже рекламування — це важлива складова успіху продукції на ринку.

Рекламна політика — це один із найважливіших компонентів успішної діяльності підприємства ВАТ «Галактон» оскільки вона є значним орієнтиром маркетологів при розробці нових товарів та впровадження їх на ринку.

Для успішної організації рекламної діяльності на ВАТ «Галактон» періодично використовується поштова розсіпка та зовнішні носії реклами для пошуку нових споживачів та підтримки зв'язку із постійними клієнтами.

Проаналізувавши рекламні листи, які складаються на підприємстві ВАТ «Галактон» для розсилки потенційним, а також постійним споживачам, було встановлено, що найважливішою складовою при розробці таких листів є розуміння аудиторії, на яку орієнтована реклама.

Різнорічність видів зовнішніх засобів, які використовує компанія вражає своєю масштабністю. Це стележі, воблери, білборди, вітрини, стопери та інші засоби за допомогою яких маркетологи привертають увагу споживачів.

Проведений аналіз поштової розсилки та зовнішньої реклами підприємства, дозволив нам запропонувати наступні заходи вдосконалення організації реклами. Так, пропонується проведення рекламної кампанії із застосуванням Інтернет-порталів і впровадження багаторівневого дисплею для розміщення продукції в торгових мережах.

Результати розрахунків показників економічної ефективності від проведення рекламної кампанії та встановлення багаторівневих дисплеїв у торгових мережах є позитивними. Так, зросте чистий дохід від реалізації продукції на 2245 тис. грн, його значення буде становити 363795 тис. грн. Відбудеться збільшення прибутку від реалізації на 173 тис. грн, в проектному році він складе 12094 тис. грн. Рентабельність продукції підвищиться на 3,5 %. Відбудеться також зменшення чистого збитку на 129,8 тис. грн.

Отже, показники ефективності свідчать про необхідність впровадження запропонованих заходів на ВАТ «Галактон», а також будуть сприяти вдосконаленню організації рекламної діяльності на підприємстві.