

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ СОЗДАНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПЕЧАТНОЙ (ПОЛИГРАФИЧЕСКОЙ) РЕКЛАМЫ ЧУП «ПОЛЕССКИЕ СЫРЫ»

Я. С. Харытанчук

*Учреждение образования «Гомельский государственный технический
университет имени П. О. Сухого», Беларусь*

Научный руководитель А. А. Овсянникова

Выбор темы данной работы обусловлен стремительным развитием рекламной деятельности в Республике Беларусь. Активная рекламная политика стала в настоящее время обязательным условием успешного функционирования предприятий на отечественных рынках.

Рекламная полиграфия – это не просто информационный носитель, это часть имиджа компании и показатель ее статуса. Она несет в себе название, логотип, элементы фирменного стиля компании, формируя в сознании потребителя определенный образ. Изящная, творчески оформленная рекламная полиграфия не вызывает отрицательных эмоций – она не навязчива и не агрессивна. Люди читают красивые брошюры, рассматривают необычные листовки и останавливают взгляд на ярких плакатах исключительно по собственному желанию. Полиграфическая рекламная продукция позволяет рассказать о компании в подробностях и с иллюстрациями. При этом запоминаемость размещенной на печатном носителе информации очень высока. Данный вид рекламной продукции остается одним из основных каналов для связи между компанией и аудиторией.

Понятие печатной рекламы объединяет рекламу на таких носителях, как листовка, плакат, буклет, каталог, проспект, открытка, календарь и другие виды печатной продукции.

Процесс разработки носителей полиграфической рекламы включает следующие основные этапы:

- принятие решения относительно типа носителя: листовка, плакат, проспект и др.;
- этап разработки элементов изобразительного и текстового наполнения;
- этап разработки компьютерного оригинал-макета;
- этап производства полиграфической рекламной продукции.

Можно выделить три основных преимущества полиграфической рекламы:

- полиграфическая реклама предполагает долгий зрительный контакт. Особенно актуален этот факт для определенных рекламных носителей – плакатов, настенных и карманных календарей. Потребитель может подумать над рекламным сообщением, оценить свои выгоды, и все это в спокойной и привычной для него обстановке;
- полиграфическая реклама является «полигоном» для представления предложений только одной компании. Конкуренция в рамках отдельно взятого рекламного носителя исключена. Кстати, полиграфическая реклама может стать отличным инструментом для эффективной борьбы с конкурентами;
- полиграфическая реклама быстро изготавливается. Специалисты оперативно изготовят макет рекламного носителя, и уже через несколько дней печатная продукция будет готова.

К недостаткам данного средства рекламы следует отнести слабую избирательность, наличие большой бесполезной аудитории, сложившийся «образ макулатурности» и др.

Рассмотрим эффективность печатной рекламы для ЧУП «Полесские сыры». Хойникский сыродельный комбинат – перерабатывающее предприятие пищевой отрасли промышленности. Основная деятельность ЧУП «Полесские сыры» направлена на переработку молока, удовлетворения потребностей населения в молочных продуктах питания. Проанализировав финансовое состояние данного предприятия, я предлагаю провести небольшую рекламную кампанию, используя полиграфическую продукцию, на примере карманных календарей.

Календари – это реклама, работающая на протяжении всего года. Именно поэтому они занимают особое место в рекламной полиграфии. Существует три основных вида календарей: настенные; настольные; карманные.

Настенные календари могут быть перекидными либо представлены в виде плаката, но наиболее популярными являются квартальные календари, состоящие из постера, трех рекламных полей и трех календарных блоков. Объясняется это прежде всего тем, что данный вид календарей очень удобен как для пользователя, так и для рекламодателя. Среди настольных самыми распространенными являются перекидные либо изготовленные из цельного листа бумаги с вырубным замком, так называемые календари «домики». Что касается карманных календарей, то это те же корпоративные визитки, только большего размера.

В производстве этот вид календарей является самым дешевым. Каждый обрадуется скромному, но приятному презенту – карманному календарю. За счет низкой стоимости изготовления, которая резко уменьшается при увеличении тиража, карманный календарь можно назвать универсальным подарком. На выставках и презентациях карманные календари раздаются с большим успехом. Небольшой размер карманного календаря позволяет постоянно носить его с собой, а значит рекламное сообщение предприятия будет демонстрироваться ежедневно. И не только его обладателю. Красивый карманный календарь будет показан коллегам и знакомым. Карманные календари – эффективные носители фирменного стиля, прекрасная реклама товаров. Данный вид полиграфической продукции активно используют в своей рекламной деятельности такие предприятия, как ОАО «Савушкин продукт», ОАО «Бабушкина крынка», ОАО «Молочный мир» и др.

Дизайн календаря должен быть ярким и броским. Он издали должен привлекать к себе внимание. В дизайне карманного календаря используются изображения, связанные со сферой деятельности компании. Могут быть использованы тематические изображения, фотоизображения продукции. Чем привлекательнее будет дизайн карманного календаря, тем с большей вероятностью он надолго останется у его владельца.

Изготовление карманных календарей возможно осуществить за сравнительно небольшой срок методом цифровой или офсетной печати. Календари печатаются на плотной мелованной бумаге или мелованном картоне. Стандартные размеры карманных календарей – 100 × 70 мм, 85 × 55 мм. При изготовлении карманных календарей на лицевую сторону обычно наносят изображение и логотип рекламируемой компании. На обороте размещается календарная сетка, указываются контакты: телефон и адрес.

Специфика календаря предполагает, что его часто берут в руки, кладут в карман, используют в качестве закладки. Календарь необходимо сохранить в течение длительного времени. Поэтому с целью придания большей прочности и устойчивости к загрязнению календари ламинируются. Ламинация бывает разной плотности, 32 мкм, 125 мкм. Углы календаря могут быть острыми, а могут быть скругленными.

В Республике Беларусь существует большое количество организаций по производству полиграфической продукции: ООО «Бумфарт»; ЧПУП «Полиграфиздат»; ОАО «Альтиора»; ООО «Компания РОСНА» и др.

Для расчета эффективности использования карманных календарей будем использовать данные, предоставляемые ООО «Компания РОСНА». Выбор данной организации обусловлен тем, что она занимает лидирующие позиции на рынке Республики Беларусь по производству полиграфической продукции, предоставляет возможность осуществить расчет по соглашению безналичным путем и сроки выполнения заказа у данной компании минимальные (2–3 недели).

Заказ будет производиться на ламинированные карманные календари размером 100×70 мм, печать – полноцветная. Срок исполнения заказа – 2 недели. С лицевой стороны будет изображен логотип предприятия, его название, представлен ассортимент выпускаемой продукции и нанесены реквизиты предприятия (адрес, телефон, e-mail). С другой стороны будет представлена календарная сетка на 2012 г.

Проанализировав все полученные варианты издержек для ЧУП «Полесские сыры», наиболее выгодным оказалось производство карманных календарей при их заказе на 10000 шт., так как предприятие несет наименьшие издержки в размере 5040000 бел. р.

ООО «Компания РОСНА» приводит данные о том, что выручка предприятия увеличится на 1 % после использования полиграфической рекламы (эти выводы данная фирма сделала при анализе результатов тех предприятий, которые использовали данную услугу, например, ОАО «Савушкин продукт», ОАО «Бабушкина крынка» и др.). Ссылаясь на эту информацию, можно рассчитать экономический эффект для ЧУП «Полесские сыры»:

$$\text{Выручка от реализации новая} = (66486 \cdot 0,01) + 66486 = 67150,9 \text{ (млн р.)}$$

$$\text{Прибыль новая} = 67150,9 - 5040 - 60174 = 1936,9 \text{ (млн р.)}$$

Таким образом, рассчитав затраты на проведения рекламного мероприятия и полученной прибыли от него, можно сделать вывод о том, что ЧУП «Полесские сыры» экономически выгодно использовать полиграфическую рекламу. Выбрав относительно недорогой вид печатной рекламы, а именно распространение карманных календарей, предприятие сможет получить дополнительную прибыль в размере 1936,9 млн р.

Полиграфическая реклама дает широкие возможности бизнесу, и было бы странным не воспользоваться всеми ее достоинствами. В настоящее время предприятия охотно вкладывают средства в изготовление печатной продукции, способной принести доход уже в ближайшем будущем. Полиграфическая реклама, выполненная профессиональными дизайнерами, имеет большой потенциал.