

СЕВТУНОВА Є.О., ст.гр. МПР-09
Наук. керівн.: Бородіна О.О., асист.
ДВНЗ "Донецький національний технічний університет",
м. Донецьк

ФОРМУВАННЯ РЕКЛАМНОГО БЮДЖЕТУ ДЛЯ КОМПАНІЇ «АЕРОСВІТ»

Проаналізована вартість розміщення реклами на медіаносіях, розроблений медіаплан для компанії «Аеросвіт», сформований рекламний бюджет для впровадження реклами послуг авіакомпанії.

Актуальність. Діяльність авіакомпаній займає широкий та важливий спектр споживчих послуг, а також інші суспільні аудиторії, а саме, державні структури та міжнародні організації. Для формування позитивного іміджу компанії необхідно постійно підтримувати сервіс на хорошому рівні, а також постійно проводити ефективну політику комунікацій. У зв'язку з цим пропоную сформувати рекламний бюджет для компанії «Аеросвіт».

Мета дослідження. Формування рекламного бюджету компанії «Аеросвіт», визначення медіа носіїв для реклами.

Основна частина. Важливим етапом рекламної компанії для будь-якого підприємства є складання медіаплану, тобто вибір рекламних засобів, а також складання бюджету рекламної компанії. Для реклами авіа послуг пропоную зробити акцент на наступних видах: телереклама, зовнішня реклама і реклама в друкованих ЗМІ. Головними рекламними носіями були вибрані: щити, брендмауери, лайтбокси в метро, ситі-формати, перетягнуті панно, друковані видання, телереклама.

Рекламна кампанія буде розгортатися у трьох обласних центрах, які мають найвищий попит користування послугами компанії «Аеросвіт» – Київ, Дніпропетровськ, Донецьк.

Таблиця 1

Розрахунок рекламного бюджету на зовнішню рекламу

Назва	Кількість, шт./мес.	Строк, міс.	Місце розміщення	Сума, тис. \$
1	2	3	4	5
Автобуси	30 шт.\мес.	6 міс.	Центр міста	37, 5
Піларси	100 шт. \ мес.	1міс.	По всьому місту	40
Брендмауери	5шт.\мес.	3 міс.	Центр міста	75
Щити	50 шт.\мес.	3 міс.	Головні магістралі міста	150

Перетяжки	10 шт.\мес.	3 міс.	Головні магістралі міста	35
Тролейбуси	10 шт.\мес.	6 міс.	Центр міста	37,5
Лайтбокси	20 шт.\мес.	1 міс.	Центр міста	10
Балюстради	600 шт.\мес.	1 міс.	10 станцій	68
Вагони	50 шт. \ мес.	3 міс.	на лініях	39
Сіті-формат	100 шт. \ мес.	1 міс.	По всьому місту	40
Разом:				532

Наймасовішою є реклама на телебаченні. В компанії Аеросвіт, як було виявлено в ході дослідження, на телерекламу відводиться близько 30% рекламного бюджету.

Таблиця 2

Вартість розміщення реклами на ТБ у прайм-тайм

Назва телеканалу	Вартість реклами (грн.од./30 ефіру)
УТ-2 («Студія 1+1»)	\$2000-\$3000
УТ-3 («Інтер»)	\$2000-\$3000
ІСТУ	\$250-600
СТБ	\$250-600
Новий канал	\$250-600
УТ-1	\$1000
Інші	\$100-500 і менше

Важливу роль відіграє час доби, в який буде виходити реклама. Я пропоную обрати, по-перше, ранок (з 6 до 9 годин). В цей час в основному виходять новини, прогноз погоди і бесіди - те, що може зацікавити людей, що збираються на роботу, тобто саме ту аудиторію, на яку ми орієнтуємося. По-друге, основний час (з 19 до 23 годин) - це час, коли сім'ї збираються у телевізорів, щоб подивитися комедії, драми і спеціальні передачі. В цей час аудиторія найбільша і найрізноманітніша по демографічних характеристиках. Не зважаючи на те, що реклама у цей час найдорожча, вона буде мати найбільший ефект.

Таблиця 3

Розрахунок рекламного бюджету на друковані видання

Видання	Опис	Різновид реклами	Вартість, тис.\$
Viva	Наклад 35 000 екз. Періодичність: щомісячно; Поліграфія: повнокольорове видання формату А3	1полоса реклами + стаття на 1\3 смуги розміщення: червень, липень, серпень;	35,5

Дарина	Наклад 35 000 екз. Періодичність: щомісячно; Поліграфія: повнокольорове видання формату А3	1 полоса реклами + стаття на 1\3 смуги розміщення: червень, липень, серпень;	25,5
Діловий журнал	Наклад 30 000 екз. Періодичність: щомісячно; Поліграфія: повнокольорове видання формату А4	Обкладинка розміщення: щомісячно протягом 6 місяців	8
Міжнародний туризм	Наклад 1 175 000 екз. Періодичність: щонеділі; Поліграфія: повнокольорове видання формату А3	Модуль (261*187), протягом 3-х місяців	48
Разом:			117

Для того, щоб проінформувати клієнта, реклама буде транслюватися 2 рази на день на трьох каналах – Новий канал, СТБ, 1+1 протягом місяця.

Таким чином, вартість реклами на телебаченні буде складати:

Новий канал - $\$400 * 2 * 30 = \$24\ 000$

СТБ - $\$500 * 2 * 30 = \$30\ 000$

1+1 - $\$2500 * 2 * 30 = \$150\ 000$

Загальна сума витрат на рекламу на телебаченні буде складати \$204 000.

Окрім зовнішньої реклами потрібно впровадити рекламу у друкованих носіях.

Загальний обсяг витрат на рекламу склав 853000\$.

Висновки. Рекламна компанія, що пропонується, дозволить інформувати клієнтів про діючі послуги. Правильно організована і добре спланована рекламна діяльність компанії може значно підвищити товарообіг, а, отже, і прибуток. Тому, не слід економити на рекламі, оскільки вона дійсно є “двигуном торгівлі”, що було наглядно продемонстровано вище.

Бібліографічний список

1. Реклама в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.reklama.com.ua/> - Дата доступу груд. 2011. – Назва з екрана.