

ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ В НЕКОММЕРЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

Каменская Н.В.

Красноярский государственный аграрный университет, Красноярск, Россия

Статья касается проблем проведения рекламных кампаний в некоммерческих организациях, выбора рекламных носителей оптимальных для таких организаций.

Ключевые слова: *реклама, рекламные носители, некоммерческие организации, рекламные сообщения, общественный транспорт.*

FEATURES OF ADVERTISING IN NON-PROFIT ORGANIZATIONS

Kamenskaya N. V.

Krasnoyarsk state agrarian university, Krasnoyarsk, Russia

The article deals with the problems of conducting advertising campaigns in non-profit organizations, the choice of advertising media optimal for such organizations is revealed.

Key words: *advertising, advertising media, non-profit organizations, advertising messages, public transport.*

Некоммерческие организации ощущают потребность в проведении рекламных мероприятий не в меньшей степени, чем коммерческие. Однако, финансовых возможностей для этого у них значительно меньше, поэтому к выбору средств передачи рекламных сообщений им следует подходить очень внимательно.

Проблема выбора рекламного носителя для некоммерческой организации в первую очередь связана с оптимальным соотношением цена/охват аудитории. Из всех возможных средств передачи рекламных сообщений: реклама на транспорте, телевидении, печатные СМИ и Интернет реклама, наиболее приемлемой, с точки зрения цены/охвата, является реклама на транспорте.

Реклама на общественном транспорте имеет ряд преимуществ перед другими средствами передачи рекламных сообщений:

- низкая стоимость рекламного контакта;
- достаточный уровень привлечения внимания потребителей;
- высокая повторяемость;
- широкий охват.

Стоимость рекламы на общественном транспорте составляет не более 50 тысяч рублей. Низкий уровень цен сохраняется уже в течение длительного промежутка времени, что позволяет рекомендовать ее использование для некоммерческих организаций.

Прежде чем разместить рекламу на городском транспорте, следует дать оценку транспортным возможностям города. Информация, которую необходимо учесть: доля населения, использующего общественный транспорт; виды городского транспорта; количество транспортных единиц; разветвленность и «престижность» маршрутов; стоимость изготовления рекламы и транспортных средств в различных рекламных агентствах.

Следует учесть, что в Красноярске изготовлением рекламы на транспорте занимается ограниченное число рекламных агентств, имеющих разные возможности и по охвату потенциальных потребителей и по затратам на реализацию мероприятий. При выборе агентства некоммерческой организации следует оценить стоимость размещения рекламы на транспорте и возможности охвата аудитории, которые зависят прежде всего от выбора вида общественного транспорта и маршрутов. Известно, что в Красноярске трамваи ходят только на правом берегу, а троллейбусы на левом. В зависимости от целевого сегмента и следует проводить выбор.

Для некоммерческой организации наиболее важным критерием выбора носителя рекламы является цена. Сравнивая затраты на рекламу на общественном транспорте и рекламу на баннере, можно увидеть, что стоимость рекламы на транспорте составляет не более 50 000 руб. и включает изготовление макета, нанесение изображения, арендную плату за шесть месяцев. Общие затраты на рекламу на транспорте приведены в таблице.

Таблица – Затраты на рекламу на общественном транспорте

Статья	Затраты, руб.
1	2
Изготовление макета	3 000
Нанесение изображения (3 единицы)	21 000
Арендная плата (3 единицы на 6 месяцев)	118 800
Итого:	118 800

Затраты на изготовление баннера в зависимости от его размера и сложности рисунка могут меняться от 8 000 до 12 000 руб. Аренда места так же зависит от местоположения, в центре города аренда дороже и составит 10 000 – 15 000 руб. в месяц, в отдаленных районах 8 000 – 10 000 руб.

Т.е. мы видим, что использовать рекламу на общественном транспорте не только целесообразно с точки зрения цены, но и охвата аудитории. Поскольку рекламу на баннерах увидят только в конкретных местах расположения баннеров, тогда как общественный транспорт передвигается практически по всему городу. Маршруты общественного транспорта пролегают во всех районах города.

Литература

1. Антамошкина О.И., Зинина О.В., Формирование перечня альтернатив выпуска конкурентоспособной гражданской продукции оборонного предприятия (Красноярский государственный аграрный университет). Журнал «Современные технологии управления» №10(82), 2017. Изд-во: Международный центр научно-исследовательских проектов (Киров). С. 1- 9.