А. С. Миклухо

Санкт-Петербургский государственный университет

ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Предприятиям малого бизнеса, вследствие постоянной ограниченности ресурсов, необходимо грамотное и эффективное их использование.

В процессе исследования были проанализированы все основные критерии осуществления рекламной деятельности субъектами малого бизнеса и установлено, что рекламная деятельность малых предприятий чаще строится по шаблону, без учёта сферы функционирования предприятия. Они также в большей степени отдают предпочтение традиционным видам рекламы, несмотря на их невысокую эффективность.

Дефицит бюджета и отсутствие в штате специалистов необходимого профиля ограничивают возможности малых предприятий использовать многие виды рекламы, затрудняют доступ к различным каналам коммуникации.

Выяснилось, что ежегодные расходы большинства предприятий малого бизнеса на рекламную деятельность не превышают 50 тысяч рублей, при этом рекламный бюджет компании не зависит напрямую от объёма её выручки. Примечательно также, что с увеличением рекламного бюджета пропорционально увеличивается интенсивность использования каждого вида рекламы, при том что доля используемых видов рекламы чаще всего остаётся практически неизменной. Кроме того, объем, в котором предприятия той или иной сферы используют определённый вид рекламы, отличается незначительно.

Практическим результатом проведённого исследования является выделение основных рекомендаций для организации эффективной рекламной деятельности предприятий малого бизнеса. В частности, поиск и использование нестандартных видов рекламы для малых предприятий, усовершенствование существующих методов; организация использования и популяризация таких малозатратных и эффективных методов рекламы, как партнёрские программы, кросс-реклама; организация консультаций и обучающих программ для предпринимателей по использованию существующих видов рекламы, требующих дополнительных знаний и навыков для их использования.