

РЕКЛАМА И РАЗВИТИЕ ЭКСПОРТА ПОПУЛЯРНЫХ БЕЛОРУССКИХ КОСМЕТИЧЕСКИХ БРЕНДОВ

Косметическая продукция востребована во всем мире. Ни один современный человек не может представить свою жизнь без косметики. Цель моей работы: проанализировать динамику развития и структуру экспорта продукции наиболее популярных белорусских косметических брендов, охарактеризовать их рекламную деятельность.

Имидж косметических товаров — это сложившийся в массовом сознании образ товаров, который вызывает ассоциации с их полезностью, известностью, престижностью. К таким товарам можно отнести белорусскую косметическую продукцию, основными брендами которой являются предприятия «Белита-Витэкс», «Белкосмекс», «Белор-дизайн», Markel Cosmetics, Modum, Luxvisage, RELOUIS.

Анализируя данные Национального статистического комитета Республики Беларусь, мы видим, что отечественная косметическая продукция прочно занимает и расширяет свои позиции на международном рынке (см. таблицу).

Экспорт парфюмерно-косметических товаров Беларуси в 2019-2020 гг.

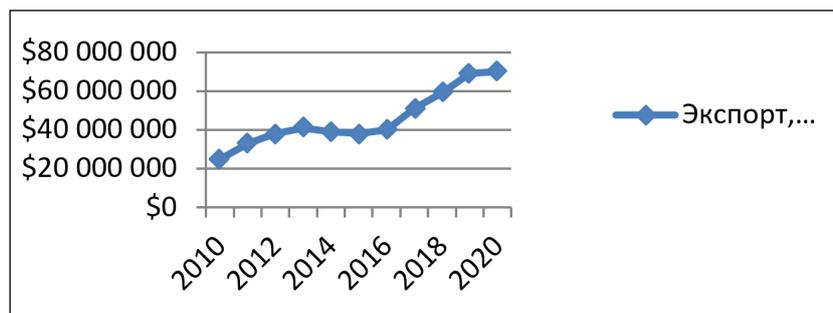
Косметическая продукция	2019 г.		2020 г.	
	Количество, т	Стоимость, тыс. долл. США	Количество, т	Стоимость, тыс. долл. США
Косметические средства для ухода за кожей, декоративная косметика	5657	67034,2	6311	69250,1
Средства для макияжа губ	251	10457,8	202	8437,1
Средства для макияжа глаз	400	16016,3	496	16966,9
Прочие косметические средства	4572	37329,7	5122	40786,4
Средства для волос	17158	44033,8	17504	46674,4
Средства для бритья, дезодоранты, составы для ванн	3225	7765,0	3239	8611,7

Источники: собственная разработка на основе [4, код ТН ВЭД 3304; 4, код ТН ВЭД 330410; 4, код ТН ВЭД 330420; 4, код ТН ВЭД 330499; 4, код ТН ВЭД 3305; 4, код ТН ВЭД 3306720].

Белорусские производители косметики стали настоящими лидерами на постсоветском пространстве. Экспорт составляет более 60 % выпускаемой продукции. Товар поставляется в 32 страны на сумму более 70 млн долл. США (см. рисунок).

Рекламируя белорусские товары на зарубежных рынках, наши специалисты-маркетологи придерживаются следующих принципов:

- реклама должна приковать внимание потребителей, воздействовать на сознание, мотивировать человека приобрести именно этот товар;



Динамика экспорта косметики Республики Беларусь

Источник: собственная разработка на основе [1].

- для рекламы товара необходим сопровождающий его короткий слоган;
- использование маркетинга в социальных медиа (SMM).

Наращивание экспорта является важнейшим стратегическим приоритетом развития открытой белорусской экономики в 2021–2025 гг. Поэтому важно обращать внимание на подачу товара в рекламе, а также на страновую диверсификацию экспорта косметической продукции.

Источники

1. Внешняя торговля [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/vneshnyaya-torgovlya/>. — Дата доступа: 07.11.2021.

2. Об изменении законов по вопросам рекламы [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь от 10 дек. 2020 № 82-3 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «Юрспектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2022.

3. Корнилов, П. История рекламы и ее социальных функций [Электронный ресурс] / П. Корнилов // Виртуальная среда обучения КНИТУ. — Режим доступа: <https://moodle.kstu.ru/mod/book/view.php?id=49897%20%20%20>. — Дата доступа: 12.12.2021.

4. Матёкин, Н. Практическое использование блогинга в Интернете в качестве инструмента PR [Электронный ресурс] / Н. Матёкин // Microsoft. — Режим доступа: https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Fpr-club.com%2Fassets%2Ffiles%2Fpr_lib%2Fpr_root%2FMat-Blog.doc&wdOrigin=BROWSELINK. — Дата доступа: 24.10.2021.