

Меруерт Колдасова

СИСТЕМА РЕКЛАМНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ

МУКИ «ЦЕСНА» НА РЫНОК ШРИ-ЛАНКИ

Демократическая Социалистическая Республика Шри-Ланка – государство в Южной Азии, на одноимённом острове у юго-восточного побережья Индостана. Имеет две столицы: Шри-Джаяварденепура-Котте – официальная, местопребывание парламента и верховного суда; Коломбо – фактическая, местопребывание правительства, резиденция президента. В административном отношении страна разделена на 9 провинций, которые, в свою очередь, подразделяются на 25 округов. «Со времён португальского вторжения и до обретения независимости в европейских языках страна называлась Цейлон. Чай является визитной карточкой Шри-Ланки. На острове производится около 10% всего чая в мире, что составляет более 305 тысяч тонн в год. Сейчас страна занимает 3-е место в мире по производству чая, уступая Индии и КНР» [1].

Шри-Ланка – сельскохозяйственная страна с развитым плантационным хозяйством. Доля промышленности в ВВП около 35%. В сельском хозяйстве занято свыше 70% экономически активного населения. Обрабатывается свыше 1/3 территории. Основа экономики – производство на экспорт чая, каучука, копры и продуктов кокосовой пальмы. Основная продовольственная культура – рис. Также здесь выращивают просо, кукурузу, бобовые, батат, маниок, овощи, пряности – корицу, черный перец, кардамон, из технических культур – волокнистые и масличные, из плодовых – бананы, ананасы. Животноводство развито слабо, крупный рогатый скот используется в основном как тягловая сила.

Казахстанская пшеница широко известна во всем мире и не имеет конкурентов. Рождению такого высокого звания приложили усилия немало компаний зерновой отрасли Казахстана. Одна из них – ТОО “Концерн “Цесна-Астык”. Цесна-Астык – ведущее предприятие зерноперерабатывающей отрасли, по величине товарооборота входящее в сто крупнейших казахстанских компаний. Отход от стереотипов, восприимчивость к инновациям и высокое качество предлагаемой продукции отличают компанию, в 90-х годах совершившую переворот на мучном рынке Казахстана. Во многих странах-импортерах “Цесна” стала эталоном наивысшего качества муки.

Структура концерна включает в себя несколько дочерних и партнёрских предприятий. В совокупности они образуют интегрированный агропромышленный холдинг с технологически взаимосвязанной производственной и сбытовой цепочкой. Это дает возможность контролировать все бизнес-процессы с момента выработки сырья до поступления

продукции к конечному покупателю. «Ассортимент продукции насчитывает более 200 наименований, в том числе: мука пшеничная сортовая, мука пшеничная “Элитная”, мука ржаная, мука блинная, мука оладьевая, высшего сорта макароны, макароны “Цесна-Gold”, “Салем”, “Цесна” жайма, кеспе, гнездо, хлебобулочная продукция, крупы, комбикорма, а так же серия “Продукты здоровья»» [2].

Концерн “Цесна-Астык” уделяет значительное внимание научной разработке и внедрению собственных инновационных технологий в производство продуктов питания профилактической направленности, а также участвует в разработке совместных проектов с партнерами из Казахстана, стран СНГ и дальнего зарубежья, направленных на расширение производства продуктов здоровья. Натуральный пищевой продукт “Бапол” производится на основе функционально активной фракции пшеничных отрубей. Активизирует иммунную систему, способствует выведению из организма токсических веществ – радионуклидов, солей, металлов, снижению уровня холестерина в крови, восполняет недостаток ионов калия, кальция и магния. Качество продукции подтверждается сертификатами и рекомендациями Академии Питания Республики Казахстан.

История предприятия началась в 1969 году, когда в городе Целиноград Казахской ССР был введен в эксплуатацию Целиноградский хлебоприемный пункт. За годы развития концерном “Цесна-Астык” реконструирована большая часть имеющихся производственных мощностей, введены в строй новые объекты, оснащенные современным высокотехнологичным оборудованием компаний “Wachtel”, “Fawema” (Германия) – фасовочная линия, “Oscim” (Италия) – мельничное оборудование, “American Ingredients Company” (США) – оборудование для фортификации муки. В 2006 году макаронная фабрика ТОО “Цесна-Мак” производила 45 тонн в сутки, в 2012 году установлена вторая линия по производству макаронных изделий, мощность достигла 105 тонн в сутки. В 2014 году после запуска третьей линии производительность увеличилась на 60%, что составило 165 тонн в сутки, и этот объем на данный момент полностью отвечает запросам рынка и выводит компанию на лидирующую позицию по объемам производства.

В 2006 году концерн ввел в эксплуатацию новый самый современный мельнично-макаронный комплекс, оснащенный оборудованием лидера мирового рынка – швейцарской компании “Buhler”. Начиная с 2010 года, мельнично-макаронный комплекс работает на полную производственную мощность, даже в этом случае не имея возможности в полной мере насытить растущий спрос на свою продукцию. В октябре 2011 года с фирмой “Buhler” заключен новый контракт на установку

линии по производству макаронных изделий, и 30 ноября 2012 года запуск новой линии был осуществлен. С этого момента ежедневно 100 тонн лучших макарон казахстанского производства поступает на рынок не только республики, но и в страны ближнего и дальнего зарубежья. География известности торговой марки “Цесна” включает такие страны, как: Россия, Грузия, Молдова, Туркменистан, Таджикистан, Узбекистан, Кыргызстан, Монголия, Афганистан, Южная Корея.

«Телевидение появилось на Шри-Ланке в 1979 году. Существует два государственных и восемь частных каналов. Передачи ведутся на сингальском, тамильском и английском языках. В диапазоне FM работает государственная радиостанция (радиовещательная корпорация Шри-Ланки), а также несколько частных радиостанций. Имеются радиокomпании, ведущие трансляцию на английском языке. Газеты и журналы выходят на сингальском, тамильском и английском языках. Ежедневные газеты на английском – Daily News, Evening Observer, The Island» [3].

Выходя на рынок Шри-Ланки, необходимо строить рекламную компанию, базируясь на этих фактах. Основное внимание важно уделять газетным изданиям и размещению рекламы именно в этом сегменте средств массовой информации. Первые продажи экспортируемой продукции целесообразно осуществить 4 февраля – в День независимости Шри-Ланки. Этот праздник, помимо других, религиозных, является одним из главных мероприятий в жизни ланкийцев, которое празднуется по всему острову с большим размахом. Если такой маркетинговый ход будет осуществлен, то мука “Цесна” может ассоциироваться с чем-то хорошим, независимым, свободой и доброжелательной атмосферой.

Литература

1. History of Sri Lanka // SAARC Tourism Sri Lanka [Electronic resource]. – 2009. – Mode of access: <http://sri-lanka.saarctourism.org/history-of-sri-lanka.html>. – Date of access: 11.01.2016.
2. Сабеков, С. Второй год подряд Казахстан занимает первое место в мире по экспорту муки – председатель правления ТОО “Концерн “Цесна-Астык” Николай Мещеряков / С. Сабеков // Международное информационное агентство [Электронный ресурс]. – 2009. – Режим доступа: <http://www.inform.kz/rus/article/2181241>. – Дата доступа: 11.01.2016.
3. Sri Lanka: communications // Encyclopedia.com [Electronic resource]. – 2002. – Mode of access: http://www.encyclopedia.com/topic/Sri_Lanka.aspx. – Date of access: 11.01.2016.