

РЕКЛАМА ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГУ

Сергєєва Ю.О. sergeevauilii@gmail.com

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

Реклама являє собою інформативний вплив, що цілеспрямований безпосередньо на споживача, з метою просування товарів або послуг на ринок. Основним її завданням є спонукання до купівлі товару (або послуги).

Тому маркетинг є інструментом соціального орієнтування сфери виробництва та послуг. Він пов'язує споживача з виробником і має забезпечити продаж товарів та послуг для максимально можливого задоволення потреб людей.

Отже, сучасний маркетинг функціонально складається з чотирьох блоків: прогнозування попиту, ціноутворення, маркетингові комунікації, організація продажу товарів [3, с. 17-19].

Маркетингові комунікації — це вид соціальної діяльності для задоволення потреб у товарах, послугах та ідеях у процесі обміну на етапі встановлення зв'язків між споживачами та торгівцями, якими можуть бути виробники та посередники.

Передовсім інформація потрібна споживачеві, бо він є головною рушійною силою процесу продажу, і від нього залежить, відбудеться процес купівлі чи ні. За допомогою реклами до відома покупця доводиться інформація про те, що існує такий-то товар, із такою-то маркою, що він має таку-то характеристику, так-то відрізняючись від подібних до нього товарів, що цей товар можна придбати в такому-то місці, за таку-то ціну. Покупець, що понад усе ставить престиж, може знайти інформацію про престижні фірми та магазини, про продавців модних товарів та новинок. Така інформація дає змогу достатньо забезпеченій людині, що живе в економічно розвинутому суспільстві, якось виділити себе, соціально виокремитися з інших подібних до неї осіб.

Крім того, реклама має сприяти поліпшенню життєвого рівня людей, стимулювати їхні зусилля стосовно придбання якісніших товарів, створювати імідж країни та людей, що в ній живуть [2, с. 26-28].

Добротна, детально продумана реклама, як правило, дає змогу збільшити первинний попит, тобто залучити того, хто ще не користувався товаром. Вона сприяє появі нових користувачів, а також екстенсивному розвитку маркетингу. Це особливо важливо для України, де цивілізований ринок тільки народжується і покупця необхідно забезпечити інформацією про наявність товарів і послуг у вітчизняних виробників та зарубіжних постачальників. Реклама — це інструмент збільшення і вторинного попиту, що приводить до інтенсивного розвитку маркетингу. Такий розвиток маркетингу буде можливим в Україні тоді, коли понад 50% покупців перейдуть із категорії потенційних у категорію фактичних покупців продукції широкого вжитку, зокрема й найдорожчої (автомобілі, телевізори, телефони та ін.) [1, с. 63 – 68].

Якщо об'єктивні характеристики багатьох товарів виявляються схожими, виокремлення товару (його позиціонування) має базуватися на символічній або суто психологічній цінності товару. У такому разі реклама наголошує на соціальній значущості товару чи його уявній престижності. Крім того, використовується реклама масового впливу, що дає можливість фірмі захопити частку ринку (чи утримати її), витіснити конкурентів або принаймні не поступатися їм. Проте цього можна досягти лише значним коштом та настільки гучним «криком», щоб за ним не чути було «крику» інших, а це не завжди можливо.

Список використаних джерел:

1. Арестенко Т.В. Планування рекламної компанії сучасних підприємств /Т.В. Арестенко / Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). – Мелітополь, 2018. - №2(37). – С. 63 – 68.
2. Джефкінс Ф. Реклама: Практичний посібник/ Френк Джефкінс.; Доп. і ред. Деніела Ядіна.; Пер. з англ. О.О.Чистякова. - 4-те вид.. - К.: Знання, 2001. - 456 с.
3. Лук'янець Т. Рекламний менеджмент: Навчальний посібник/ Тамара Лук'янець.; М-во освіти України. КНЕУ. - 2-е вид., доп.. - К.: КНЕУ, 2003.
4. Сэндидж Ч. Реклама: Теория и практика/ Ч. Сэндидж, В. Фрайбургер, К. Ротцолл; Перевод с англ. В. Б. Боброва; Общ. ред. и вступ. ст., с. 5-48, Е. М. Пеньковой. - М.: Прогресс, 1989. - 628 с.

Науковий керівник: Арестенко Т.В. к.е.н., доцент