

РЕКЛАМА ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГУ

Студ. Тонкошкурова Н.Ю.

Наук. керівник к.е.н, доц. Синенко О.І.

Київський національний університет технологій та дизайну

Реклама являє собою спосіб надання споживачеві інформації про рекламований товар чи послугу. Вона є платною формою представлення товару чи послуги, просування ідей, які вимагає замовник.

Головним завдання реклами є привернення уваги майбутніх покупців до товарів та послуг, що рекламуються. Подача інформації в рекламі може поширюватися в будь-якій формі за допомогою різних засобів про певну фірму, її бренд, товари, послуги та інше. Ця інформація розрахована на широке коло потенціальних споживачів та спрямована на привернення їхньої уваги до предмету рекламування та підтримки інтересу до нього за для подальшого успішного продажу.

Метою реклами на сьогоднішній день є спонукати потенційних споживачів до майбутньої купівлі товару чи надання певної послуги. Зараз вона відіграє важливу роль, оскільки являється одним із важливих маркетингових комунікацій. Завдяки рекламі замовник може досягти своїх комерційних цілей, отримавши підвищення обсягів реалізації послуг чи товарів, та збільшити свої прибутки.

Порівнюючи з західними країнами, вітчизняна реклама набула значно ширшого значення. В її склад входить не тільки показ реклами, яка поширюється в ЗМІ, а також й проведення семінарів, різного роду ярмарок та виставок, показ друкованої продукції, сувенірів та інших засобів заохочення.

Реклама виконує такого роду функції, які розглянемо нижче:

1. Економічна функція реклами має на меті стимулювати продаж товару, сприяти зростанню прибутку та прискорювати процес купівлі-продажу.
2. Контролююча. Вона відстежує переваги власних товарів і послуг, порівнюючи з конкурентами.
3. Маркетингова. В свою чергу вона впливає на споживача та керує ним завдяки кількості реклами на той чи інший товар та послугу.
4. Стимулююча. Полягає в нагадуванні та стимулюванні потенційних споживачів до покупки.
5. Психологічна. Вона несе вплив на розумові та емоційні процеси, а також впливає на людську самооцінку.

Головними видами реклами можна вважати:

1. Освітню. За її допомогою споживач дізнається не тільки про товар та послуги, а й розширить свої знання про рекламований товар, послугу.
2. Комунікативна. Вона аналізує та досліджує зв'язок підприємств з ринком та споживачем, за допомогою анкетування та опитування.
3. Соціальна. За її допомогою повідомлення доноситься до людей, вона закликає і нагадує про події, явища чи попереджають про можливі негативні наслідки.

На сьогоднішній день найбільшої популярності має реклама на телебаченні (43%), а найменше зовнішня реклама (5%) та реклама на радіо (5%). Реклама в пресі займає друге місце та складає 39%.

Отже, рекламою можна називати спосіб надання споживачу інформації про товари та послуги. Вона інформує про товари та послуги, що нещодавно з'явилися, а також переконує надати перевагу саме цьому товару, а не товару конкурентів. Зараз існує дуже велика кількість видів реклами та способів її донесення до споживачів, тому організаціям та компаніям необхідно вибрати для себе найпривабливіший вид реклами та користуватися ним для просування продукції та послуг.