

НАГИНА О., ІВАХНЕНКО А.В., ст. викл.

ЗДІЙСНЕННЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ

В умовах жорсткої конкуренції, що присутня в усіх сферах комерційної діяльності, вже недостатньо просто виготовити та продати товар або послугу. Сьогодні потрібно проінформувати максимальну кількість потенційних споживачів, вказати на його переваги над іншими подібними товарами. У суспільстві, де домінують інформаційні технології, вклад в розробку та проведення рекламної кампанії є вкладом в основні фонди, а не поточними витратами підприємства.

Реклама відрізняється розмаїтістю форм. Проте її головне призначення – створити середовище, за яким зусилля над збутом стануть непотрібними.

Формуючи попит і стимулюючи збут, примушуючи споживачів купувати товари і пришвидшуючи процес „купівлі - продажу”, а звідси – оборотність капіталу, реклама виконує на ринку економічну функцію.

Сьогодні український споживач стає більш вибагливим і його потреби вже не так просто задовольнити. Тому виробник має спрямовувати кошти саме на створення бренду, що впізнається. Для цього виробник обирає і використовує елементи комунікацій, що притаманні саме його товару, а також в залежності від коштів, що виділяються на рекламування товару. Запорукою успішного проведення рекламної кампанії є правильний підхід до використання елементів маркетингових комунікацій - стимулювання збуту, персональний продаж, паблік рілейшенз, - а також таких рекламних засобів як теле- і радіореклама, друкарська та реклама в пресі, поштова реклама, спонсорство, інтернет реклама, участь у ярмарках та виставках.

Досягти конкурентоспроможності на всеукраїнському ринку, а особливо втримати її, досить важко. Тому виробники мають постійно нагадувати споживачам про себе, підтримувати інтерес до своєї торговельної марки, стимулювати бажання закупівлі.