

РЕКЛАМА ЯК ІНСТРУМЕНТ СУЧАСНОГО МАРКЕТИНГУ

Войт В.В.

Науковий керівник – аспірант Романець І.В.

Реклама стала невід'ємною частиною нашого життя. Вона стимулює економічне зростання і чинить на споживача великий вплив при виборі певного товару або послуги. Основним об'єктом, із яким працює реклама, є товар, якість якого чи підтверджує, чи спростовує рекламне звернення. Однак, підхід до використання реклами завжди повинен бути зваженим, оскільки вона має як сильні сторони, так і слабкі.

Сильними сторонами реклами є те, що вона здатна досягати масової аудиторії, стимулюючи тим самим широкомасштабний попит; розширює знання про конкретну торгову марку, позиціонує бренд і конкретні товари, створює довгостроковий образ бренду, істотно підвищує його впізнанність, а також забезпечує високу запам'ятовуваність марки.

Але реклама має і низку недоліків. Споживачі часто вважають її нав'язливою і відповідно намагаються уникати. У зв'язку з великою кількістю конкуруючих рекламних матеріалів вважається, що реклама вносить безлад і забруднює інформаційне середовище (особливо телебачення). Інша проблема реклами полягає в тому, що вона призначена для великої аудиторії, але багато представників цієї аудиторії досить рідко користуються рекламованими товарами. У результаті реклама марно витрачає значну частину свого впливу.

Тому специфіка сучасного ринку, що полягає в наявності величезної кількості конкуруючих товарів з близькими якісними і ціновими характеристиками, а також інформаційно-реklamний вибух змушує підприємства створювати ефективну рекламу. Тобто таку рекламу, що привертає увагу, запам'ятовується і переконує. Але, слід зауважити, що для того, щоб подібна реклама спрацювала, свідомість споживачів має бути сприйнятливою. Можна виділити два основних принципи, які використовують рекламні агенції для того, щоб маніпулювати підсвідомістю покупців: для того, щоб споживач купив якийсь товар, треба змусити його забажати цього; треба використовувати психологічні "пастки" (моделювати в рекламному ролику привабливі для споживача образи).

Отже, можна зробити наступні висновки. Реклама є необхідним елементом ринку, головною метою якої є прагнення якомога скоріше і найдорожче продати товар. До того ж, правильно проведена рекламна кампанія забезпечує постійний високий рівень продажу товарів та послуг, швидке реагування на зміни ринкової ситуації, вжиття відповідних заходів для нейтралізації діяльності конкурентів та коригування діяльності згідно зі змінами вимог покупців.