

РЕКЛАМА ЯК ГОЛОВНИЙ ЕЛЕМЕНТ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Маковська Є.Ю.

Науковий керівник – доц. каф. «Економічних систем і маркетингу»

канд. екон. наук. Волкова Н.І.

Реклама – це найдорожчий інструмент маркетингу, загальним завданням якого є:

- створення репутації фірмі-виробнику чи посереднику;
- збільшення чистого прибутку та рентабельності фірми;
- збільшення потоків покупців та обсягів продажу;
- стабілізація обсягів продажу в період зменшення попиту та загального спаду ділової

активності.

Про рекламу своєї продукції турбується кожен підприємець, незалежно від того знаходиться він у кризі чи його супроводжує успіх. Вдало 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. Також реклама є інструментом збільшення і вторинного попиту, що приводить до інтенсивного розвитку маркетингу.

Реклама виступає одним з головних елементів системи маркетингових комунікацій. Саме реклама є тією основною ланкою, яка зв'язує виробника і споживача, яка забезпечує просування товару, формує попит та стимулює збут.

Оскільки реклама коштує дорого, то краще витратити гроші на правильне, зрозуміле і красиво оформлене повідомлення, ніж потім постійно давати коментарі до нього. Поодинокі рекламні акції малоефективні. Помітні результати у вигляді збільшення обсягів продажу може дати тільки систематична рекламна робота.