

УДК 621.921

Ібадлаєва З. – ст.гр.БМ - 41

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

СУЧАСНА РЕКЛАМА - ДВИГУН ЧИ ГАЛЬМА РИНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ?

Науковий керівник: к.е.н., доцент Зяйлик М.Ф.

На перший погляд - риторичне питання. Чи не так? Але безвихідних становищ не існує й на це питання теж знайдеться аргументована відповідь. Тож спробуємо з'ясувати, що ж таке реклама в економічному середовищі.

Перш за все, слід зазначити, що успішна діяльність будь-якого підприємства залежить від того чи здатне воно створити конкурентні переваги на ринку. Саме таку можливість частково надає реклама.

Як зазначає Філіп Котлер, реклама - це будь-яка оплачувана замовником форма неособистого представлення та просування ідей, товарів або послуг. Її основними завданнями першочергово є:

1) інформування покупців про підприємство-виробника, особливості продукції, що виготовляється, ціни, гарантійне та післягарантійне обслуговування та формування необхідної думки про товар;

2) активізація у споживачів відчутних емоційних стимулів до купівлі продукції;

3) підтримання позитивного ставлення у споживачів, що придбали товар, та створення певних умов для збереження обізнаності про товар.

На сьогоднішній день, актуальність реклами не викликає жодних сумнівів, тому що саме вона грає вирішальну роль в розвитку ринкової економіки та є її важливим елементом. Якщо обірвати зв'язок виробника зі споживачем, що здійснюється за допомогою реклами, то діяльність підприємства-виробника піде на дно. Адже компанія не буде знати чи треба удосконалювати продукцію і як це краще зробити, або взагалі є сенс створити новий товар. Як наслідок, сфера підприємництва стане гинути, що значно відобразиться на економіці в цілому. Але що робити, коли реклама не справляється з своїми власними завданнями й гальмує рух економіки?

На мою думку, першочергово, слід підвищувати привабливість реклами, адже у свідомості народу вже склалися стереотипи, щодо негативного відношення до реклами. Тому, задля збільшення дієвості реклами наведемо найбільш типові помилки, які слід уникати при її створенні:

- реклама не повинна бути надто довгою та нав'язливою.
- реклама не має викликати негативних реакцій.
- реклама має бути цікавою.
- реклама повинна бути законною.

Обминаючи ці, на перший погляд, прості помилки, є можливість створити таку рекламу, що не буде стримувати розвиток ринкової економіки, а навпаки - лише стимулюватиме його.

І на завершення, наведемо декілька корисних порад Девіда Огілві, як зробити хорошу рекламу, добре відомою:

- 1) Що ви говорите, більш важливо, ніж те, як ви говорите це.
- 2) Ви ніколи не доб'єтесь того, щоб люди купили щось, якщо ви їм набридатимете.
- 3) Ваша реклама, поза сумнівом, повинна відповідати часу.
- 4) Не забувайте про індивідуальність торгової марки, її імідж.