

Реклама як спосіб вирішення проблем маркетингу в Україні

Жанна Мина¹, Тетяна Блага² Наталія Білецька³

1. Кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності, Національний університет “Львівська політехніка”, УКРАЇНА, м. Львів, вул. С. Бандери, 12,

E-mail: Zhanna.Shijaniuk@gmail.com

2. Кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності, Національний університет “Львівська політехніка”, УКРАЇНА, м. Львів, вул. С. Бандери, 12,

E-mail: tanyablaga97@gmail.com

3. Кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності, Національний університет “Львівська політехніка”, УКРАЇНА, м. Львів, вул. С. Бандери, 12,

E-mail: natalo4ka2@ukr.net

In this article we will discuss advertising as a way to solve marketing problems in Ukraine.

Ключові слова – е - реклама, маркетинг, маркетингові комунікації, товар, послуги

Вступ

Реклама – найбільш яскраве явище сучасного суспільства, вона проникає в усі сфери нашого життя, рекламні матеріали поширюються за допомогою засобів масової інформації: кіно, радіо, телебачення, газет, журналів та інших комунікацій.

Для успішного розвитку та функціонування будь-якого підприємства чи організації реклама про товари або послуги повинна бути донесена до споживача таким чином, щоб зацікавити його та змусити купити продукт або скористатися послугою. Завдяки цьому реклама постає як спосіб вирішення проблем маркетингу.

Основна частина

Реклама є інструментом маркетингової комунікації, тому можна вважати, що розвиток української реклами безпосередньо пов'язаний:

- з розвитком економіки України;
- з розвитком маркетингової комунікації;
- з розвитком засобів масових комунікацій реклами.

На сьогодні основними проблемами маркетингу в Україні є:

- недостатньо високий кваліфікаційний рівень кадрового забезпечення даної сфери;
- нерозуміння керівництвом компаній, підприємств ролі маркетингових досліджень;

- існує глобальна бюджетна проблема в галузі;
- неактуальність реклами у сфері маркетингу.

Для того, щоб ці проблеми в сфері маркетингу були вирішені, потрібно наполегливо працювати і у цьому може допомогти:

- реклама (оскільки основне завдання реклами – спонукати до купівлі даного товару певного споживача). Рекламодавці мають знати чи вдалося рекламі створити та підтримати імідж підприємства та його товару чи послуги, чи спонукала реклама товару купувати його, чи створила коло постійних клієнтів, тощо. Без реклами неможливе формування широких ринків продажу товарів);
- високий рівень кваліфікованих працівників у цій сфері. Сучасне суспільство опинилося перед світом товарів та послуг, який щосекунди розширюється та удосконалюється. Це змушує нас частіше звертатися за порадою фахівців у сфері рекламно-інформаційних послуг. І саме завдяки цьому зростає кількість спеціалістів у сферах реклами та інформаційних технологій, які показують високий рівень своєї кваліфікації, що і призводить до вирішення однієї з основних проблем маркетингу.

Рекламний бізнес існує в Україні відносно недавно, можна сказати, що відтоді, коли почались формуватись ринкові відносини. Рівень його розвитку, в цілому, задовольняє як стороннього спостерігача, так і кваліфікованих спеціалістів цієї справи. Звісно він має свої недоліки, але залишається сподіватись, що сучасні рекламні агентства зможуть їх подолати і вийдуть на світовий рівень. Глобальна ж бюджетна проблема у сфері маркетингу – це питання часу. Для маркетингу все більш важливим стає розуміння споживачів, тому головною силою стає не так сама інформація, а здатність побачити, вибрати та використати інформацію необхідним чином.

Висновок

Таким чином, реклама постає як найважливіша складова маркетингу, ефективний засіб впливу на аудиторію споживачів у процесі комунікацій. Успіх реклами полягає у тому, що вона завжди є цілеспрямованою та систематичною, і ці дві якості дозволяють бути у тісному зв'язку із процесами планування, розробки і виробництва товару, а також із дослідженнями конкретних ринкових умов та організацією торгівлі.

Література

1. Сайт проблеми маркетингу в Україні [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://men.dt-kt.net/books/book-14/chapter-652/>
2. Реклама як ефективний інструмент маркетингу [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://buklib.net/books/23413/>