

Інформаційно-рекламне забезпечення популяризації Державного підприємства «Славське лісове господарство»

Білушак Тетяна
Кафедра СКІД
НУ «Львівська політехніка»
Львів, Україна
tetiana.m.bilushchak@lpnu.ua

Сокол Любов
Кафедра СКІД
НУ «Львівська політехніка»
Львів, Україна
sokollubov4@gmail.com

This article contains programs for information and advertising in social networks. Using social networks for coverage of forestry activities is important and affects the formation of the reputation of the company.

Ключові слова: інформаційно-рекламне забезпечення, соціальні мережі, інформатизація, лісове господарство, популяризація.

ВСТУП

Особливою ознакою XXI століття є стрімкий розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та їх використання у всіх сферах діяльності. На сьогодні Інтернет став дуже зручним, доступним та привабливим рекламним середовищем. Мережеві технології дозволяють користуватися досить широким спектром різних інструментів, які надають рекламодавцю змогу, як нагадувати про себе певній великій аудиторії людей, так і доносити свої рекламні повідомлення безпосередньо до цільової аудиторії, що робить рекламу більш ефективною. Актуальність теми популяризації ДП «Славське лісове господарство» у соціальних мережах полягає в тому, що лісові ресурси посідають одне із чільних місць в ресурсній базі економіки України. Ліси України, незважаючи на порівняно невелику площу, мають надзвичайно велике народногосподарське та екологічне значення і використовуються з високою інтенсивністю.

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕННЯ

Зростаюча кількість користувачів Інтернету та наявність зручних у використанні та управлінні інструментів просування в мережі призводить до

збільшення ринку Інтернет-реклами. Враховуючи те, що використання Інтернет-реклами супроводжує будь-який сучасний бізнес, незалежно від його напрямку та розміру, дослідження цього питання є актуальним.

На сьогодні досить актуальною серед підприємців і фізичних осіб є лісова продукція. Однак, рівень інформованості потенційних покупців про послуги, товари та ціни не є досконалим. У сучасних умовах одним із найефективніших засобів комунікації та реклами стають соціальні мережі. За допомогою цих засобів підприємство може розповісти про себе у соціальному просторі, ознайомлюючи потенційних клієнтів з основними напрямками діяльності [1-2].

Ефективність розповсюдження інформації про лісове господарство використовуючи потенціал соціальних мереж, надає багато переваг оскільки, дозволить з мінімальними витратами донести до цільової аудиторії інформацію про послуги підприємства. Окрім цього, Державне підприємство «Славське лісове господарство» має можливість використовувати графічну, текстову, відео та аудіо інформацію.

Використання соціальних мереж лісовим господарством у своїй роботі дає можливість:

- інформувати користувачів про нові події, які відбуваються в підпорядкованому лісовому господарству лісі;
- підвищувати популярність підприємства з лісового господарства;
- ефективного обміну інформацією між співробітниками в режимі он-лайн;
- проводити дискусії та опитування з метою врахування громадської думки [3].

Соціальні мережі є ефективним засобом рекламування діяльності лісового господарства, оскільки сторінки в соціальних мережах відвідуються користувачами значно частіше, ніж офіційні сайти. Розглянемо одні із он-лайн сервісних додатків за допомогою, яких буде здійснюватися інформаційно-рекламне забезпечення Державного підприємства «Славське лісове господарство». Пропонується для швидкого та оригінального створення дизайну дописів, оголошень, інфографіків, плакатів, банерів, запрошень на певні події, презентацій пов'язаних з діяльністю славського лісового господарства у соціальних мережах - використання безкоштовного додатка Canva. Також цей он-лайн сервіс має ще одну унікальну особливість – можна здійснювати колаборації з іншими користувачами, що зручно, якщо вам потрібно редагувати зображення спільно з кимось.

Щоб зацікавити чи привернути увагу користувача до певних питань лісового господарства пропонується створення відео-роликів за допомогою новітньої техніки презентацій скрайбінг. Скрайбінг — це зображення малюнків, перетворення речей на візуальні образи. За цією технікою можна створювати унікальні відео-презентації за допомогою таких сервісів як: [PowToon](#), [VideoScribe](#) та інші.

Для збільшення цільової аудиторії та для забезпечення інформації фахівців даної сфери пропонується на противагу опублікованого на паперовому носії славського журналу з лісового господарства - створення електронного журналу на основі веб-сервісу – issuu. Он-лайн сервіс issuu призначений для створення і зберігання красивих flash публікацій. Сервіс створення flash документа issuu можна з успіхом використовувати у власному бізнесі для зберігання всіх документів. Зараз дуже важливо правильно організувати зберігання інформації, забезпечити можливість зручного пошуку та читання збережених документів.

За допомогою використання безкоштовних сервісних додатків у соціальних мережах у створених спільнотах з лісового господарства будуть реалізовані такі позиції як:

- розповсюдження інформаційних матеріалів про зміст та умови акцій, які проводить підприємство;
- розміщення фото- та відеоматеріалів акцій, які відбулись;
- надання інформації про вартість лісової продукції для населення;
- інформування про стихійні лиха - пожежі;
- повідомляти про час та місце проведення рубок;
- інформувати про відкриття сезону полювання;
- повідомляти місця безпечного відпочинку, збору ягід та грибів [3].

Отже, використання сервісних додатків у популяризації діяльності лісового господарства в соціальних мережах є ефективним інструментом в інформаційно-рекламному забезпеченні діяльності. Оскільки, використання запропонованих сервісних додатків надасть можливість більш ефективно інформувати користувачів і таким чином, підвищить ефективну взаємодію між покупцем та продавцем.

ЛІТЕРАТУРА

- [1] Т. Білушак, В. Олійник, "Використання видів соціальних медіа у популяризації розважального закладу ПП «Клуб достойних львів'ян „Лялька“», " Матеріали V Міжнародної наукової конференції «Інформація, комунікація, суспільство» (ICS-2016), С. 108– 109, 2016
- [2] Т. Білушак, М. Кучеренко, " Особливості використання соціальних мереж у ресторанному бізнесі як ефективний інструмент маркетингу," Матеріали V Міжнародної наукової конференції «Інформація, комунікація, суспільство» (ICS-2016), С. 88– 89, 2016.
- Х. Валько, Ю. Серов, "Забезпечення інформаційної діяльності лісового господарства в соціальних середовищах комунікації, " Матеріали IV Міжнародної наукової конференції «Інформація, комунікація, суспільство» (ICS-2015), С. 66-67, 2015.