

## **СТИМУЛЮВАННЯ ЗАЦІКАВЛЕНОСТІ СПОЖИВАЧІВ ДО ВЖИВАННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ПРОДУКТУ**

На сьогоднішній день існує проблема різкого спаду попиту на національний товар серед населення. Це, в більшості випадків, зумовлено високими цінами на товар, його недостатньою розрекламованістю, низьким авторитетом серед споживачів. За думкою населення небагато уваги приділяється зовнішньому вигляду продукції, його естетичним якостям. Національна продукція дуже швидко заміщується дешевими еквівалентами з Азіатських країн, Європи тощо. Конкуренція, створена завдяки великій кількості імпортованого товару з низькими цінами, не дає можливості для нормального існування та розвитку Українського виробництва готової продукції.

Для покращення ситуації на ринку пропонується: збільшення фінансування реклами національного продукту, проведення запланованих перевірок якості, створення соціальної реклами-роз'яснення для населення чому потрібно підтримувати локальне виробництво(важливо акцентувати увагу на екологічних проблемах) введення політики протекціонізму(збільшення митних зборів на продукцію, що ввозиться, зменшення зборів з українського виробника), стимулювання росту авторитету виробника, як в Україні так і за кордоном. Орієнтація на інтереси споживача є головною задачею виробника, то ж для стимулювання ринку потрібно якомога краще вивчити цільову аудиторію, її побажання та потреби. Варто зазначити, що український споживач одним із головних чинників при виборі продукції визнає якість товару, яка є одною з найбільших переваг національного виробника.

Стимулювання зацікавленості національного споживача в придбанні готової продукції, що виготовлено на локальній території, є дуже актуальним для нашого часу та потребує постійної уваги. Цей процес буде мати позитивні наслідки як для економіки окремого підприємства так і для держави в цілому.

Отже існує ряд проблем, пов'язаних зі споживанням готової продукції в Україні, вирішення яких полягає в зацікавленні споживача в товарі локального виробництва. Такі дії призведуть до стабілізації надходжень до державного бюджету, що в свою чергу сприятиме покращенню життєвого рівня населення.

Домашенко, М. Д. Стимулювання зацікавленості споживачів до вживання національного продукту [Текст] / М. Д. Домашенко, А. С. Данько // Маркетинг інновацій і інновації у маркетингу : збірник тез доповідей VII Міжнародної науково-практичної конференції, 26-28 вересня 2013 р. / Відп. за вип. Ю.М. Гладенко. - Суми : ТОВ "ДД "Папірус", 2013. - С. 74.