

# РЕКЛАМА КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ

Беспалов А.В., Кукушка А.А.

Реклама – это информация о товаре, его производителе, продавце, которая распространяется в любой форме и оплачивается заказчиком (рекламодателем).

Реклама является наиболее эффективным способом продвижения товара. Однако она не может превратить плохой товар (услугу) в хороший. Она лишь сообщает о старых и новых товарах и услугах.

К рекламе предъявляются следующие основные требования:

- ✓ Правдивость. Реклама должна носить деловой характер, нести информацию, соответствующую действительности
- ✓ Конкретность. Она заключается в простом, доходчивом и убедительном языке текста, продуманных аргументах и цифровых данных
- ✓ Адресность. Она заключается в том, что реклама, обращена к конкретным группам населения.
- ✓ Плановость. Реклама является составной частью плана маркетинговой деятельности любого предприятия.

В качестве средств рекламы используются средства массовой информации (газеты, журналы, радио и телевидение), а также изобретательная реклама (плакаты, афиши, рекламные надписи на транспорте...), реклама по почте (письма, открытки, брошюры), сувенирная реклама (значки, брелоки, зажигалки...). При этом основную нагрузку в области рекламы несут, прежде всего, средства массовой информации.

В Украине правоотношения регулируются Законом «о рекламе». Для многих стран Запада характерно саморегулирование рекламы. Характерным примером могут служить США, где нет специального закона о рекламе, а существуют различные ассоциации и общественные советы, которые имеют высокий авторитет и решения которых являются обязательным к выполнению. Для Украины саморегулирование рекламы на сегодняшний день является весьма далекой перспективой.