

ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РИНКУ РЕКЛАМНИХ ПОСЛУГ

Студ. Меліхова А.І.

Наук. керівник доц. Подольна В.В.

Київський національний університет технологій та дизайну

Протягом останніх десятиліть ринок послуг виступає одним із найбільш динамічних секторів світової економіки. Ринок рекламних послуг в Україні останні декілька років демонструє нестійку динаміку розвитку як з точки зору обсягів рекламного ринку, так і з точки зору професійного рівня рекламних агенцій, медіакомпаній, фахівців з непрямой реклами тощо. Розвиток реклами у сучасному світі полягає в тому, що вона без жодних перебільшень є світовою, глобальною комунікацією. Реклама не існує сама по собі. Вона всього лише інструмент ринку. В основі реклами знаходиться інформація і переконання, якими вона оперує для більш детального розуміння споживачами своєї продукції чи послуги. В Україні реклама все більше розвивається, з'являються нові рекламні засоби, які допомагають підприємствам краще просувати свою продукцію.

На даний час реклама має чітку наукову базу. Вона озброєна науковими засобами, виробленими психологією та соціологією. Сучасна реклама повинна бути яскравою, зрозумілою, цікавою, яка легко запам'ятовується та приносить прибуток. Оцінювати стан рекламного ринку в Україні зараз дуже не просто. В цій галузі за останні роки відбулись кількісні і якісні зміни: ринок став непередбачуваний, на ньому все більше з'являється професіоналів як з боку рекламодавців, так і з боку рекламних агентств, також вагомий вплив справляє активне проникнення на український ринок закордонної реклами.

Важливими характеристиками українського ринку реклами сьогодні вважають:

- яскраво виражену концентрацію рекламного бізнесу;
- перевагу іноземних рекламодавців за обсягами рекламних витрат;
- значну питому вагу міжнародних рекламних компаній у реалізації українського загальнонаціонального рекламного бюджету.

Характерні особливості процесу сучасної рекламної діяльності полягають у підвищенні складності та розмаїтті використовуваних форм і методів комунікаційного впливу на потенційного споживача, а також у розширенні кола цілей реклами. Рекламно комунікаційна активність поступово охоплює усі аспекти функціонування та розвитку підприємства, а рекламні компанії стають результатом кропітких досліджень та всебічного планування, від якості проведення яких значною мірою залежить дієвість реалізації решти стратегічних й оперативних планів, поточних управлінських рішень в усіх сферах виробничої та маркетингово-збутової діяльності. Збільшення ролі та значення реклами в сучасних умовах насамперед визначається суттєвим ускладненням умов ринкового суперництва та розширенням кола потенційних конкурентів, підвищенням розмаїття вимог споживачів щодо якості товарів і послуг, які пропонуються для продажу тощо.

Сучасний ринок рекламних послуг знаходиться під впливом низки факторів. Найбільше впливовими з них є: посилення конкуренції, державне регулювання, дефіцит висококваліфікованих фахівців. До проблем як рекламної індустрії, так і українського бізнесу в цілому, варто віднести й хронічний дефіцит первинної маркетингової інформації, пов'язаний із закритістю більшості українських компаній. Тому необхідність активізації та підвищення цільової спрямованості рекламно-комунікаційної діяльності є одним з найбільш важливих факторів забезпечення сталих конкурентних позицій на ринку рекламних послуг. При цьому, взаємодія учасників якого саме й визначається неухильним розширенням попиту споживачів щодо забезпечення надання високоякісних послуг.