

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Пригожева К.О., гр. 566-М

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Нестеренко О.М.**
Академія внутрішніх військ МВС України

У світлі ситуації, що склалася все більшої актуальності набуває проблема правильної організації рекламної діяльності організацій громадського харчування, від якої залежать можливості організації активно впливати на ринок, завойовувати на ньому міцні позиції. Зростання інтересу до проблем організації ефективної реклами зумовив щорічне збільшення кількості робіт, присвячених даній тематиці. Як правило, увагу дослідників спрямоване на вивчення особливостей впливу різних рекламних засобів на споживача, точності сприйняття рекламної інформації, а також на дослідження економічної та психологічної ефективності реклами. Серед основних дослідників можна виділити таких авторів, як Є.Є. Проніна, І. Гольман, Р.І. Мокшанцев, Н.В. Азаренок, Д.Я. Райгородський та ін. У той же час дослідження особливостей організації рекламної діяльності організаціями громадського харчування не знайшло належного відображення в сучасній науковій літературі. На підприємствах громадського харчування існують різні засоби поширення реклами (газети, зовнішня реклама, друкована реклама, журнали-каталоги та ін.) Все це сприяє залученню значної кількості додаткових відвідувачів. У той же час не дивлячись на значні витрати на рекламу, багато в чому слабка ефективність рекламної діяльності обумовлюється відсутністю наукового підходу до організації рекламної діяльності. Важливим негативним чинником є відсутність розробленої рекламної стратегії організацій, що багато в чому пов'язано з відсутністю маркетингового відділу в структурі організацій або хоча б фахівця з реклами, який міг би взяти на себе виконання функцій щодо забезпечення єдиної рекламної стратегії організації. Вирішення проблеми підвищення ефективності реклами організації тісно взаємопов'язано з удосконаленням процесу вибору засобів поширення реклами. Організації громадського харчування можуть використовувати різноманітні засоби поширення реклами, при цьому вибір оптимального засобу передачі рекламного звернення залежить від безлічі факторів. Все це передбачає необхідність творчого підходу до вибору рекламних засобів у кожному конкретному випадку.