(cc) BY

ЭКОНОМИКА

Джимиев Артур Валерьевич
студент
Швец Юрий Юрьевич
канд. экон. наук, доцент, преподаватель

ФГОБУ ВПО «Финансовый университет при Правительстве РФ»
г. Москва

РЕКЛАМА: ЕЕ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ РОЛЬ И ОСОБЕННОСТИ В РОССИИ

Аннотация: *статья посвящена вопросу рекламы. Актуальность темы обоснована тем, что реклама на сегодняшний день является неотъемлемой частью рыночной экономики. Как отмечают авторы, в рекламе нуждается каждый товар: будь то продукт низкого или высокого качества. Реклама – это лицо продукта, который производит та или иная компания. В работе детально рассмотрено понятие «реклама» и выделены ее функции.*

Ключевые слова*: реклама, имиджевая реклама, экономическая роль рекламы, рынок рекламы.*

Целью данной работы является: рассмотрение роли рекламных технологий в современном обществе и изучение главных функций, рассмотрение экономической роли и анализ текущего состояния рекламного рынка в России.

В современном мире покупка того или иного товара сопровождается рекламными технологиями. Под их воздействием мы узнаем о продукте, который предоставляет нам производитель, а также ознакомляемся с его характеристиками и преимуществами по отношению к другим продуктам. Таким образом, деятельность таких агентов как рекламодателя и рекламного агентства позволяет оказывать влияние на потребительские предпочтения покупателей, их психологию. Реклама является неотъемлемой частью рыночной экономики. В рекламе нуждается каждый товар: будь то товары первой необходимости или предметы

роскоши. Реклама – это лицо продукта, который производит та или иная компания. Знаменитая фраза «реклама – двигатель торговли», наиболее точно характеризует основную особенность рекламы.

Обычно выделяют следующие функции рекламы, отражающие их сущность:

1. Информативные функции.
2. Социальные функции.
3. Экономические функции.
4. Маркетинговые функции.
5. Психологические функции.

Чем бы мы ни занимались в повседневной жизни, будь то чтение газеты, журнала или просмотр любимой телепередачи – мы всегда будем сталкиваться с рекламой в той или иной форме. Рекламу можно назвать естественным элементом монополистической конкуренции. Компания, которая предлагает свой товар по цене, которая превышает маржинальные издержки, обязана позаботиться о его рекламировании, для привлечения большего количества покупателей.

Реклама – это составная часть формирования репутации фирмы. В условиях конкуренции недостаточно только производства хорошего товара, необходимо проводить рекламную компанию, которая привьет любовь к этому продукту и самой компании. Реклама стимулирует сбыт качественного товара, но с другой стороны ускоряет провал плохого.

Таким образом, можно сказать, что единственным медиа, которое продолжит расти в кризисном году в России, будет интернет-реклама, которая прибавит 5%, в первую очередь, за счет контекстной рекламы. В денежном выражении российский рекламный рынок в 2014–2015 гг. снизит показатели с 340 млрд рублей до 282 млрд рублей.

На сегодняшний день, реклама стала неотъемлемой частью современного общества. Сложно представить жизнь без красочной рекламы на телевидении, манящих баннеров. Без нее наш мир станет хуже.

Список литературы

1. Ученова В.В., Старых Н.В. Как родилась реклама? – М., 1992. – 211 с.

2. Реклама. – 5-е изд. – СПБ.: Питер, 2002. – 544 с.

3. Грязнова А.Г. Микроэкономика: практический подход / А.Г. Грязнова, А.Ю. Юданова. – 7 изд. – М.: Кнорус, 2014. – 688 с.

4. Sutherland M. & Sylvester A.K. (2000) Advertising and the Mind of Consumer: What Works, What Doesn't, and Why. St Leonards, New South Wales, Allen and Unwin.

5. Горлевская Л.Э. Актуальные проблемы рекламной деятельности в России / Л.Э. Горлевская, В.Д. Секерин // Современный экономический рост: теория и моделирование. – 2012. – С. 392–397.

6. Реклама & Дизайн / Реклама в прессе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.reklama.rin.ru/unit/1/0_24/100.html (дата обращения: 28.01.2012).

7. Дружинин А. Рынок рекламы в условиях кризиса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.sostav.ru/publication/rossijskaya-reklama-poteryaet-17-15735.html (дата обращения: 30.03.2015).

8. Экономическая роль рекламы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://pidruchniki.com/1077100435875/marketing/ekonomicheskaya_rol_reklamy (дата обращения: 13.09.2013).