

*Мащенко Екатерина Юрьевна*

магистрант

Казанский кооперативный институт (филиал)

АНОО ВО ЦС РФ «Российский университет кооперации»

г. Казань, Республика Татарстан

## **РЕКЛАМА И ЭКОНОМИКА: КЛЮЧЕВАЯ СВЯЗЬ**

*Аннотация: в статье рассматривается актуальность проблемы конкуренции на современном рынке. Выиграть эту конкуренцию помогает реклама. Реклама важная часть экономической жизни общества и не может быть отделима от экономики организации.*

*Ключевые слова: реклама, экономика, спрос.*

Как правило, рыночная экономическая система характеризуется большим числом производителей, которые конкурируют друг с другом за место на рынке, за внимание к своей продукции, а также за спрос от потребителей. В первую очередь ценность покупки определяется аудиторией с точки зрения ее полезности для нее, поэтому ценовая конкуренция не всегда эффективна и результативна. Чтобы привлечь больше потребительского спроса, предприниматели используют маркетинговые и рекламные действия, которые позволяют использовать методы продвижения товаров, информировать потребителей, повышать уровень продаж. В современном мире самым действенным методом продвижения является реклама. Она формирует спрос, который оказывает влияние на экономическую эффективность. Поэтому реклама и экономика взаимосвязаны.

«Реклама – это мощный инструмент конкуренции. Он предоставляет ценную информацию о преимуществах продукта или услуги эффективным и экономичным способом» [1].

Исследование 1999 года, проведенное одной из ведущих фирм по эконометрическому моделированию в стране, группой ВЭФА, и лауреатом Нобелевской премии по экономике доктором Лоуренсом Р. Кляйном, еще больше подчеркнуло это экономическое воздействие. Исследование показало, что реклама

сыграла ключевую роль в создании 18,2 миллиона из 126,7 миллиона рабочих мест в США.

Стоит отметить, что реклама предоставляет потребителям полезную, интересную информацию, которая рассказывает им о правильном выборе продуктов и услуг, а также сравнивает функции, преимущества и цены. Располагая более полной информацией, потребители и предприятия часто предпочитают приобретать дополнительные продукты и услуги.

Это «вызывает экономическую цепную реакцию, которая генерирует чистую прибыль от прямых продаж и рабочих мест за счет продвижения продуктов и услуг отраслей промышленности» [2].

Реклама также играет важную роль в деловом цикле. По мере того, как экономика в целом смещается между периодами роста спада, реклама смещает свое внимание. Во время спадов реклама может фокусироваться на цене продукта или услуги. Если одна компания сокращает рекламу, чтобы уменьшить расходы во время кризиса, другая компания может увеличить расходы на рекламу, чтобы привлечь клиентов и повысить свою долю рынка. Реклама помогает стимулировать экономический рост.

В стране, где потребительские расходы определяют будущее экономики, реклама мотивирует людей тратить больше. Поощряя больше покупок, реклама способствует как росту рабочих мест, так и росту производительности, помогая удовлетворить возросший спрос и позволяя каждому потребителю отдавать больше.

Компании тратят деньги на рекламу, потому что она увеличивает спрос и продажи на определенные товары продуктов, помогает расширить внедрение новых продуктов, повышает лояльность к бренду и повышает конкурентоспособность. Чтобы конкурировать и расти на современном разнообразном и постоянно меняющемся рынке, компании должны эффективно охватывать свою целевую аудиторию, быстро предупреждая их о внедрении новых продуктов, редизайне продуктов и ценах. Реклама, безусловно, является наиболее эффективным способом передачи такой информации.

Экономика рекламы распространяется на медиаканалы, которые зависят от денег, полученных от рекламы. Многие формы поддерживают создание контента и делают его доступным по более низкой цене. Например, примерно 75 процентов стоимости газеты поддерживается рекламой. Если бы в газете не было бы рекламы, ее стоимость была бы в четыре раза дороже.

Спрос, который создает реклама, помогает экономике укреплять свои позиции и расширяться. Перспектива экономики информации показывает, как потребители получают выгоду от просмотра рекламы.

Предоставляя информацию, реклама снижает затраты:

- на поиск. Люди не тратят свое время на поиск товаров или услуг;
- бесполезный продукт. Люди не тратят деньги на бесполезный товар.

Также стоит упомянуть функции рекламы, ведь они играют важную роль:

- описание новых продуктов и их особенностей.
- оперативность в информировании покупателей о наличии товара
- наглядный показ ЦА, что необходимо выбирать
- помощь покупателям в дифференциации выбора

Формы СМИ, которые общественность воспринимает как должное, были бы чрезвычайно дорогими для читателя или зрителя, либо были бы без дохода, если бы не реклама. Спрос, создаваемый рекламой, помогает экономике расширяться.

Реклама выполняет экономическую функцию для рекламодателя и является неотъемлемой частью всей экономической системы.

В последнее время эта тема особо актуальна из-за растущего количества потребителей и их запросов. Можно сказать, что реклама может формировать рынок, а также оказывать влияние на экономику страны. Дело в том, что рекламная деятельность является жизненно важным маркетинговым вкладом для внедрения любого нового продукта. Экономический рост является результатом расширения спроса, с одной стороны, и увеличения ресурсов, с другой.

В заключение можно сказать, что реклама – ключевой и значимый атрибут экономической жизни общества. Она влияет на потребительское решение, рыночную конкуренцию. Под влиянием рекламы, экономика и рынок эффективны.

Без рекламы пострадает не только экономика страны, но и сам потребитель. Роль рекламы, ее связь и значение экономики определяется функциями, которые помогают создать благоприятные условия для развития.

### *Список литературы*

1. Как экономика помогает экономике? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.thecreativeindustries.co.uk/facts-figures/industries-advertising-advertising-facts-and-figures-how-advertising-fuels-the-economy> (дата обращения: 20.02.2021).

2. Экономическое преимущество рекламы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://accountlearning.com/economic-benefits-economic-effects-advertising/> (дата обращения: 01.03.2021).