

ВЛИЯНИЕ РЕКЛАМЫ НА СОВРЕМЕННУЮ ЭКОНОМИКУ

*Е. Р. Гаврилик, студент группы 10506121 ФММП БНТУ,
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент Н. В. Жудро*

Резюме – в статье дана сущность рекламы и ее влияние на современную экономику через призму различных факторов, влияющих на деятельность предприятия.

Resume – the article describes the essence of advertising and its impact on the modern economy through the prism of various factors influencing the activities of an enterprise.

Введение. В данное время основным фактором, который влияет на постепенное развитие производства любого предприятия является реклама. С момента создания организации и выпуска на рынок продукции предприниматели предусматривают расход на продвижение своего товара/услуги с помощью рекламы. А также просчитывают дальнейшую стратегию.

Реклама в понятии современной экономики – двигатель экономического роста и социальный катализатор. Экономическая функция – самая главная функция рекламы. Начиная с брендированных билбордов на оживленных автомагистралях, заканчивая рекламой в социальных сетях, мы видим, что реклама формирует узнавание марки, увеличивает потребление (продажу и сбыт) и играет решающую роль в стимулировании экономического роста.

Основная часть. Экономическая ценность рекламы состоит в том, что она предусмотрена для удовлетворения коммерческих и финансовых интересов рекламодателей [1, с. 17].

Существует две концепции, определяющие значимость рекламы для предприятия. Первая концепция состоит в том, что реклама – средство идеологии или убеждения, которое используют для отвлечения покупателя от цен на продукцию. Вторая концепция, что реклама – ресурс информации, который помогает повысить отзывчивость покупателя к цене [3, с. 127].

Рассмотрим основную тему, где реклама влияет на внутреннюю среду компании:

1. Рост количества продаж или стимулирование потребления.

В современном мире люди пользуются большим количеством информационных каналов для рекламы. Рекламные кампании предназначены для привлечения внимания потребителей. С помощью ярких изображений, убедительных сообщений реклама может увеличить продажи и повысить спрос на конкретные продукты и/или услуги. Стимулируя потребление, реклама помогает организациям увеличить свой доход.

2. Содействие трудоустройству в стране.

Организация предоставляет рабочие места. Для экономики государства – это помогает поддерживать уровень занятости.

3. Налоги.

С помощью хорошего дохода, организация может выплачивать большие налоги. И это вносит вклад в общий экономический рост государства.

4. Стимулирование конкуренции.

На данный момент человечество имеет огромный и разнообразный рынок товаров и услуг. Распространение и продвижение с помощью рекламы создает более эффективный способ выделить себя в толпе. Чем больше гонка за уникальностью, тем больше возрастает появление и закрепление брендов на рынке.

Сильные бренды среди конкурентов, в свою очередь, вызывают доверие и лояльность от потребителей. Хорошая реклама повышает стоимость бренда, увеличивает рыночную долю и создает долгосрочные конкурентные преимущества.

5. Влияние на цены.

Возрастание цен на товары/услуги чаще зависит от затрат на рекламу. С помощью рекламы у организаций, основанных на производстве товаров, есть возможность создать массовый выпуск продукции. Если это выходит на долгосрочный круговорот производства, то у организации уменьшается себестоимость единицы продукции [2].

Заключение. Реклама решает решающую роль в современной экономике, стимулируя потребление, конкуренцию и формируя ценооборот. Понимая влияние рекламы и пользуясь ее возможностями, предприятия и государство могут добиться положительных результатов как для экономики, так и для всего общества.

ЛИТЕРАТУРА

1. Буряк, Н. Ю. Роль рекламы в современной экономике / Н. Ю. Буряк // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2021. – № 4. – С. 17–18.
2. Аронов, И. З. Реклама качества и качество рекламы / И. З. Аронов, А. А. Теплицкий // Стандарты и качество. – 2007. – № 8. – С. 52–56.
3. Коновалова, И. А. Влияние рекламы на экономику / И. А. Коновалова // Вестник магистратуры. – 2016. – № 5. – С. 126–128.

УДК 631.145

ИНТЕЛЛЕКТУАЛИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*Е. И. Ганеева, студентка группы 10504123 ФММП БНТУ,
научный руководитель – доктор экон. наук, профессор С. С. Полоник*

Резюме – в работе описана интеллектуализация экономики в Республике Беларусь, а также способы формирования человеческого капитала в контексте процесса интеллектуализации экономики.