

УДК 658.8.013

Сергій Галушка, Надія Голда

Sergey Galushka, Nadiya Golda

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

РОЛЬ РЕКЛАМИ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ THE ROLE OF ADVERTISING IN TODAY'S ECONOMY

Успіх національної економіки багато в чому залежить від рекламної справи, спрямованої на стимулювання збуту. Завдяки їй продовжується виробництво, зростає кількість робочих місць. Отже успіху досягають ті країни, де реклама робить свою справу. Про рекламу написано багато праць у Європі та США, частково в Росії та на Україні. В сучасному світі все активніше розвиваються такі явища, як глобалізація, інформатизація, інтеграція і в контексті цих процесів реклама набуває нових якостей, статусу, функцій.

Економічна роль реклами визначається ланцюжком стосунків між суб'єктами господарювання, виробниками і споживачами продукції. Внаслідок взаємодії цих суб'єктів підвищується ділова активність, збільшуються капіталовкладення та число робочих місць. Реклама сприяє здоровій конкуренції, доводить до споживача інформацію про нові товари та послуги. З допомогою реклами відбувається розширення ринків збуту, прискорюється обіг капіталу, внаслідок чого зростає ефективність суспільного виробництва в цілому.

Суспільна роль реклами полягає, найперше у тому, що вона частково формує ціннісні поняття у певному суспільстві, стає частиною соціального середовища. Реклама є інструментом при формуванні національної свідомості громадян, саме це підтверджує англійський романіст Н. Дуглас, він стверджує, що по рекламі можна судити про ідеали нації. В сучасному суспільстві рекламні технології все частіше

використовуються для вирішення гострих соціальних проблем. Реклама, яка займається вирішенням цих питань називається соціальною, вона спрямована на розвиток здорового стилю життя, на підтримку мало захищених верств населення, на боротьбу з наркотиками, забрудненням навколишнього середовища, на популяризацію суспільних організацій і фондів.

В умовах сучасної демократії зростає роль політичної реклами, яка сприяє формуванню політичного іміджу, що представляє складний психологічний і соціальний феномен з специфічною структурою. Образи, які формуються у громадян під впливом політичної реклами залежать від багатьох факторів.

Добре відома освітня роль реклами. На даний час, коли на ринок виводиться велика кількість технологічно складних товарів, реклама сприяє розповсюдженню знань про них. Завдяки рекламі споживачі мають можливість почерпнути інформацію про корисність тих чи інших товарів, про вміст вітамінів, ферментів та інших речовин у продуктах харчування та багато іншої цікавої інформації.

Про психологію реклами можна говорити дуже багато, так як безпосередньо вона бере активну участь у формуванні психологічних установок, мотивацій, образів. Отже, доцільно виділити психологічну роль реклами.

Естетична роль реклами. Виконаний на високому професійному і художньому рівні рекламний матеріал сприяє формуванню у аудиторії почуття прекрасного, виховують в неї хороший смак. Реклама у всі часи і у всіх країнах мала як прихильників так і критиків. Рекламу критикують за надтоїдливості, надмірності, але критика реклами, як і сама реклама є складним багатоплановим процесом.