

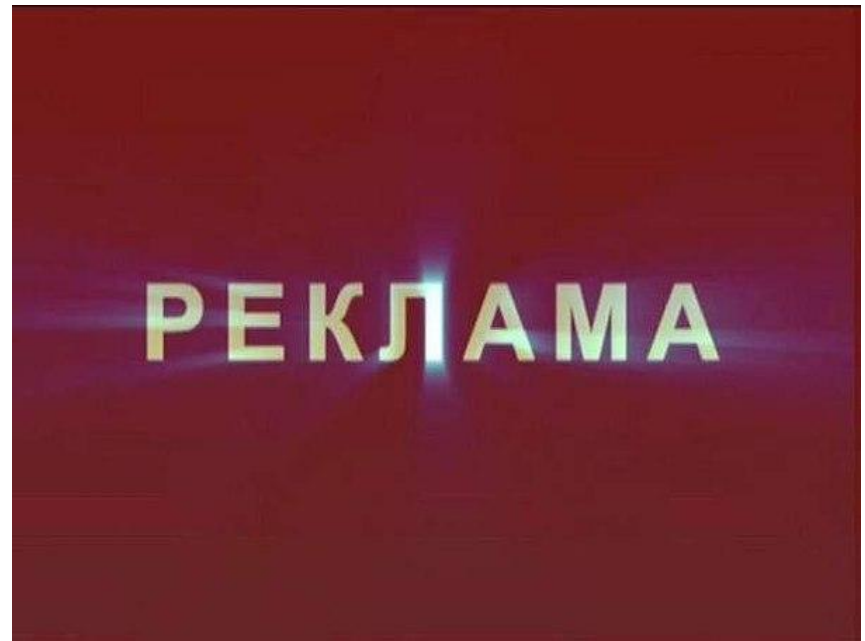
Влияние рекламы на спрос и предложение

«+» и «-»



Что такое реклама?

- **Рекла́ма** - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.



Функции рекламы

- ✓ Привлечение клиентов
- ✓ Увеличение продаж
- ✓ Регулирование сбыта



Спрос

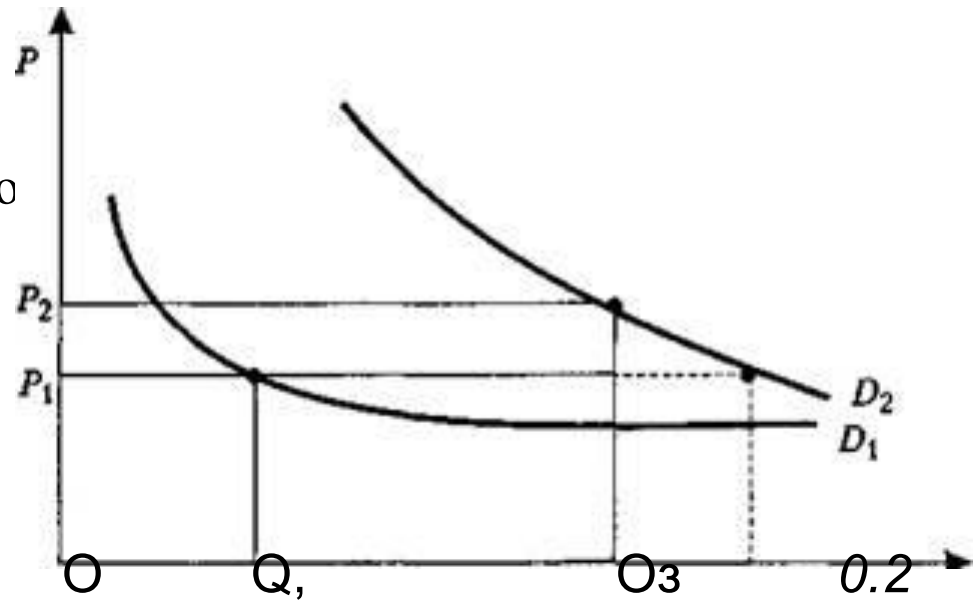


• Предпосылкой для возникновения спроса, так же, как и для создания рекламы, являются потребности. Потребности обуславливают деятельность людей и одновременно подчиняют ее себе.

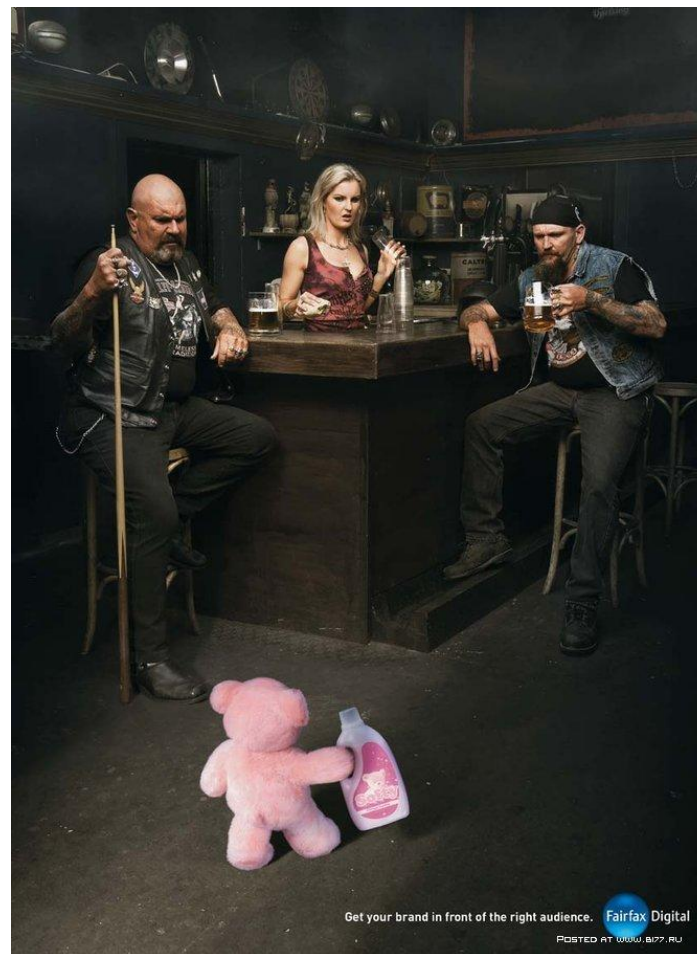
Влияние рекламы на линию спроса

Реклама пытается убедить покупателя, что такой-то товар имеет выдающиеся свойства. Это приводит к следующим последствиям:

- линия спроса сдвигается вправо (если реклама привлечет внимание покупателей и возбудит у них желание купить данный товар)
- эластичность линии спроса снижается (если реклама убедит покупателя, что данный товар является наилучшим и не имеет полноценных субститутов)



- Реклама и стимулирование спроса могут повлиять на потребительский выбор, предоставляя потребителям истинную или вводящую в заблуждение информацию, воздействующую на их предпочтения.



- Чем больше спрос на какой-либо товар, тем легче использовать рекламу для его стимулирования или регулирования. Если товары или услуги неизвестны или мало известны потребителям, то спрос на них будет ограниченным.



- Реклама, проводимая с опозданием или задолго до появления товара в продаже, будет безуспешной.
- Это относится и к рекламе, которая проводится с несоразмерной интенсивностью по отношению к количеству товаров, предлагаемых потребителю.



Провал рекламной кампании
1993 год

Предложение

После рекламной кампании производитель начинает:

- Разрабатывать и совершенствовать товар, способный удовлетворить потребности потребителей
- Искать место для товара, где его могли купить больше потребителей
- Устанавливать конкурентоспособную цену.
- Реклама начинает стимулировать изменение продукта.
- Благодаря удачной рекламе фирма может расширить свое производство и посредством этого получить большой эффект.



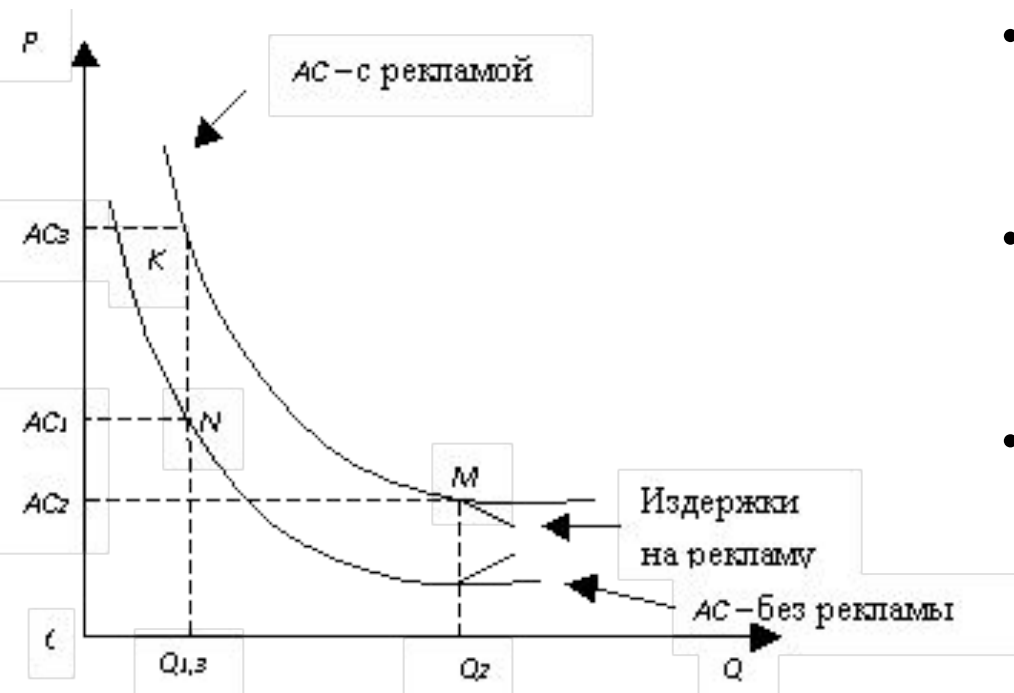
Droider.ru



Лови момент!



Рисунок – возможное влияние рекламы на объем производства



- В результате успешно проведенной рекламы объем продаж может расширяться до Q_2 .
- При этом возможно даже понижение средних издержек производства.
- Но, если рекламная кампания окажется неудачной и не будет способствовать продвижению товара на рынке, тот же самый объем продукции фирма будет продавать по более высокой цене, которая возросла на величину издержек, связанных с рекламной кампанией.



- Рекламная деятельность приводит к получению экономической прибыли. Экономическая прибыль при свободном входе в отрасль привлекает конкурентов. Новые и существующие фирмы будут повторять рекламную кампанию, а значит, средние издержки увеличатся.

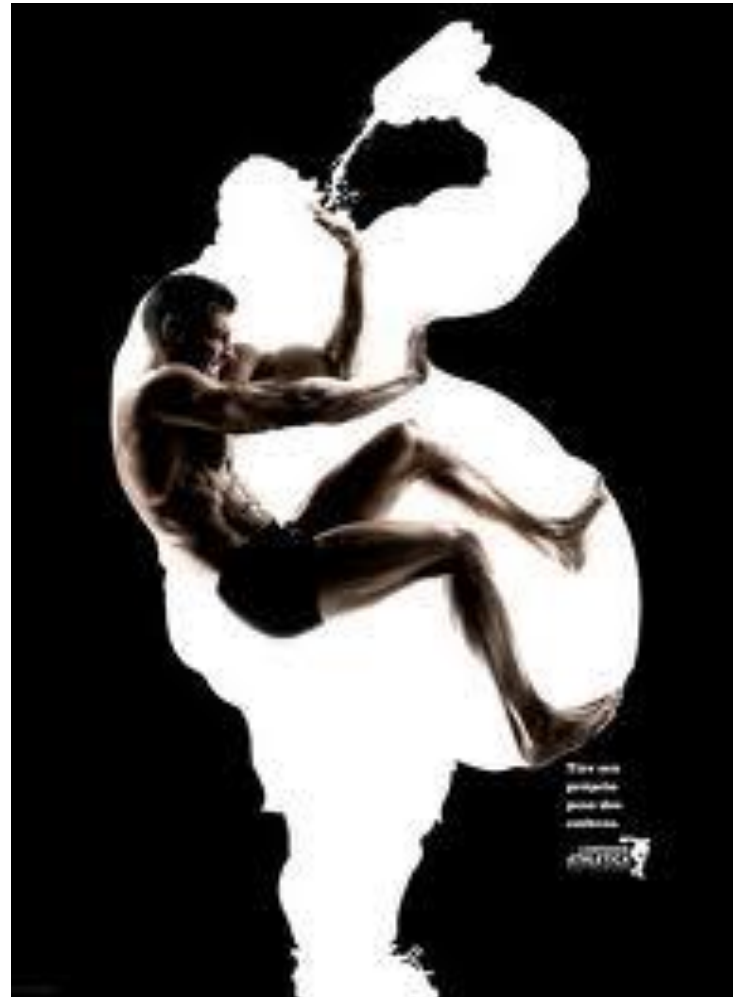


Общие плюсы рекламы

- Благодаря рекламным роликам общество начинает участвовать в программах защиты дикой природы, в программах защиты бесценных исторических и культурных шедевров стран — изобразительного искусства, архитектуры



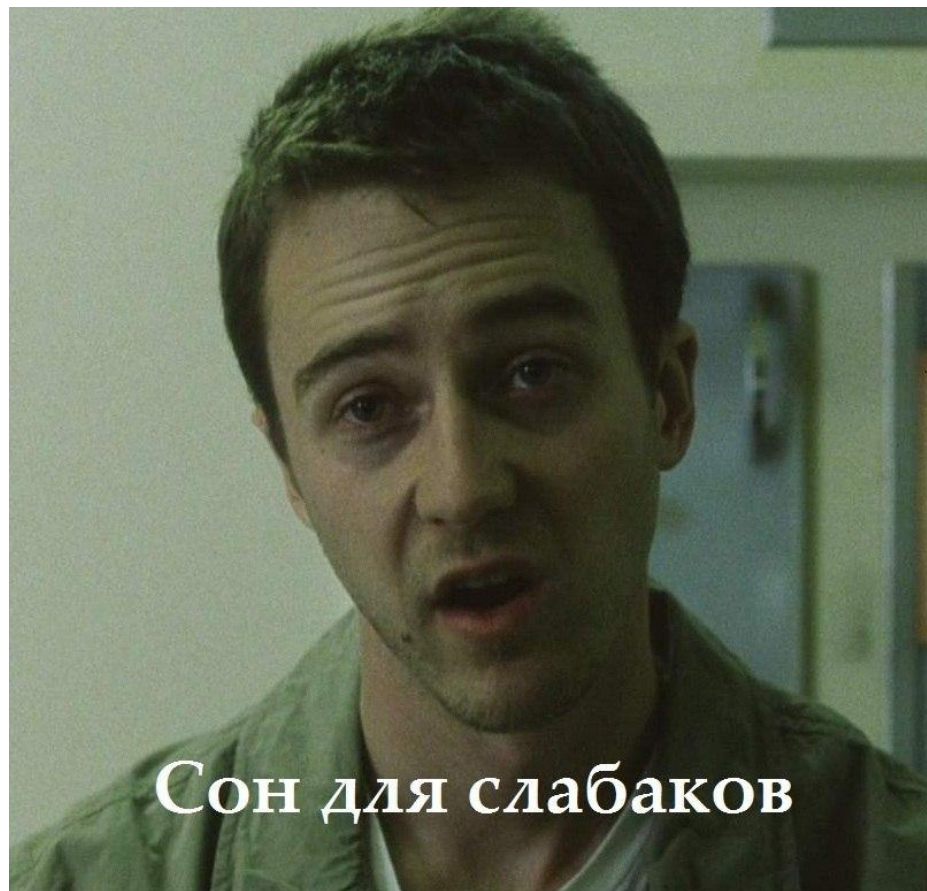
- Приобщение населения к здоровому образу жизни через рекламу использования натуральных добавок в пищу и витаминных препаратов, рекламу фитнес-клубов.





- Реклама генерирует потребность к лучшему уровню жизни — качественное питание, прекрасный отдых, лучшие жилищные условия и т.д.

- Реклама стимулирует трудовую деятельность: если заработаешь, то сможешь получить. что хочешь.



Минусы рекламы

- Манипуляция поведением потребителя
- Назойливые рекламы
- Реклама табака и алкоголя
- Обман о качестве продукции.



Спасибо за внимание!



- P.S. А.Е! Пожалуйста! 4 за триместр...