

РЕКЛАМА КАК ДВИГАТЕЛЬ ТОРГОВЛИ В СЕЛЕ ЧУНОЯР

Зулина Светлана Евгеньевна

руководитель учитель Якименко Диана Юрьевна

МКОУ Чуноярская СОШ № 13

Введение.

Актуальность. Переход России к рыночной экономике актуализировал изучение потребительского поведения различных социальных групп. Реклама во многом сегодня определяет поведения современного потребителя, каким является каждый человек нашего общества. Сегодня, она представляет собой деятельность, в которой живет подавляющее большинство людей, в том числе и жители, села Чунояр. В нашем селе 40 торговых точек, которые также существуют по законам рынка. В отечественной экономической науке на протяжении долгого времени проблемы потребительского поведения рассматривались в рамках изучения потребительских практик населения в целом. Международное маркетинговое исследование не представляет собой качественно нового процесса по сравнению с маркетинговым исследованием, выполняемым на национальном рынке.

Проблема. Но неизвестно как реклама влияет на жителей села Чунояр, так как относительно рекламы у людей противоречивые мнения. Основная цель рекламы - обеспечение потребителей информацией о товаре, так как она сообщает о ценах на товары, о появлении новой продукции и о расположении новых торговых точек. Возникает вопрос, а на наших жителей влияет реклама?

Степень научной разработанности проблемы. Различные аспекты потребительского поведения являются предметом изучения многих наук: экономики, социологии, психологии.

Разработанность проблемы. В отечественной экономической науке на протяжении долгого времени проблемы потребительского поведения рассматривались в рамках изучения потребительских практик населения в целом. Проблемы потребительского поведения, в зависимости от рекламы, жителей нашего поселка не исследовались.

Гипотеза исследования - реклама в нашем поселке способствует повышению уровня потребительской активности наших односельчан.

Объект исследования - реклама как социокультурное явление в современной экономике.

Предмет исследования - влияние рекламы на жителей села Чунояр.

Цель исследования - выяснить, как реклама влияет на покупательскую активность жителей села Чунояр.

Задачи.

1. Изучить источник по данной теме.
2. Составить классификацию рекламы по видам и функциям.
3. Выявить виды рекламы в селе Чунояр.
4. Выяснить, как реклама влияет на покупательскую активность людей.
5. Выяснить какой самый популярный магазин, благодаря рекламе.

Методы исследования - анализ, опрос, сопоставление, наблюдение.

Результат. В ходе работы установлено влияния рекламы на покупательную активность односельчан.

- Изучив источники по теме, я сделала вывод, что рекламе в мире уделяется огромное внимание. Благодаря рекламе продается больше товара, услуг. Населению легче ориентироваться в новинках промышленности и науки. Решив исследовательские задачи.

- Составила классификацию рекламы по видам и функциям.

- Выявила виды рекламы в селе Чунояр.

- Выяснила, путем опроса, что самый популярный магазин в Чунояре «Ясень», однако больше всего себя рекламирует магазин «Континент» и «Радуга».
- Выяснила, как реклама влияет на людей, и сформулировала рекомендации для односельчан

Практическая значимость исследования систематизации информации по проблемам рекламы и взаимодействия рекламы и экономических процессов может быть использована на уроках экономики и ОРР. Материалы и выводы исследования могут быть использованы предпринимателями нашего поселка для активизации покупательского спроса.

Виды рекламы в с. Чунояр. В нашем селе есть реклама, и я решила её классифицировать по видам. Самым распространенным видом рекламы является интернет-реклама, так как большинство магазинов рекламируют свои товары именно благодаря ресурсам интернета. Также существуют некоторые виды ВТЛ-рекламы. Это рассылка sms-сообщений и размещение рекламных роликов на мониторах платежных терминалов. В нашем селе также распространена наружная и внутренняя реклама. Политическая реклама существует, но появляется только перед выборами. Социальная реклама также как и политическая имеет периодический характер.

Так мы видим, что существуют различные способы разделения рекламы на группы и подгруппы. И, что некоторые из них существуют в нашем селе.

Выводы. Подводя итоги проделанной работе я резюмирую, чтобы достичь цели, я решила следующие задачи. Изучила источники по теме. В ходе своей исследовательской работы я сделала вывод, что рекламе в мире уделяется огромное внимание. Благодаря рекламе продается больше товара, услуг. Населению легче ориентироваться в новинках промышленности и науки. Решив исследовательские задачи. Составила классификацию рекламы по видам и функциям. Выявила виды рекламы в селе Чунояр. Выяснила, путем опроса, что самый популярный магазин в Чунояре «Ясень», однако больше всего себя рекламирует магазин «Континент» и «Радуга». Выяснила, как реклама влияет на людей, и сформулировала рекомендации для односельчан

Реклама как двигатель торговли в селе Чунояр в настоящее время находится на начальном этапе своего развития, используются не все возможности рекламы. Большинство рекламы, которая есть в нашем селе, распространяется через интернет-ресурсы, из-за чего она становится недоступной для пожилых людей и маленьких детей.

В ходе исследования я установила, что реклама в нашем поселке не всегда способствует повышению уровня потребительской активности наших односельчан. Что не всегда магазины которые себя рекламируют являются популярными. Гипотеза подтвердилась частично.

Практическая значимость исследования Материалы и выводы моего исследования могут быть использованы на уроках обществознания и предпринимателями нашего поселка для активизации покупательского спроса. систематизации информации по проблемам рекламы и взаимодействия рекламы и экономических процессов может быть использована на уроках экономики и ОРР

Список литературы

1. Денисенко А. Реклама в Интернете // Рекламные технологии. 2000. №5. - С. 14-15.
2. Коновалов Е.В. Основы рекламы: Учеб. пособие: 4.1 / Е.В.Коновалов, М.Б.Щепакин; Под ред. М.Б.Щепакина; Кубан. гос. технолог. ун-т. Краснодар: Изд-во Куб. ПУ, 1999. - 156 с.
3. « Основы экономики», Н.Н.Кожевников, 2006 год, с.76-77
4. Тангейт М. Всемирная история рекламы; Пер. с англ. -М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. 270 с.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Таблица 1. Опрос населения с. Чунояр

Вопрос	Ответ	Кол-во
Есть ли реклама в нашем селе?	да	37
	нет	11
	не знаю	3
Есть ли смысл рекламы в нашем селе?	да	26
	нет	12
	не знаю	3
Какой магазин пользуется популярностью?	"Континент"	16
	"Север"	5
	"Сказка"	3
	"Валентина"	1
	"Хозяюшка"	13
	"Престиж"	21
	"Надежда"	9
	"Ясень"	22
	"Горизонт"	8
	"Радуга"	3
	"Набережный"	1
"Росинка"	1	
Никакой	1	
Какой магазин больше всего себя рекламирует?	"Континент"	17
	"Север"	1
	"Сказка"	2
	"Валентина"	1
	"Хозяюшка"	2
	"Престиж"	7
	"Надежда"	1
	"Ясень"	4
	"Горизонт"	12
	"Радуга"	14
	"Набережный"	2
"Росинка"	1	
Не знаю	7	
Заставляет ли вас реклама делать покупки?	да	11
	нет	35
	не знаю	5
Какие товары вы покупаете благодаря рекламе?	Продукты	26
	Одежду и обувь	14
	Медикаменты	5
	Косметические средства	8
	Никакие	9
Любой ли товар нужно рекламировать?	да	15
	нет	27
	не знаю	9