

मानव जीवन पर पड़ने वाले विज्ञापन के आर्थिक व सामाजिक प्रभाव

प्राप्ति: 06.08.2024

स्वीकृत: 17.09.2024

68

हिमांशु शर्मा

शोधकर्ता

मिनर्वा इंस्टिट्यूट ऑफ एंड टेक्नोलॉजी

मैनेजमेंट एंड टेक्नोलॉजी

देहरादून उत्तराखंड

ईमेल: himsharma1490@gmail.com

डॉ अघान्त पाठक

शोध निर्देशक

मिनर्वा इंस्टिट्यूट ऑफ एंड टेक्नोलॉजी

मैनेजमेंट एंड टेक्नोलॉजी

देहरादून उत्तराखंड

सारांश

विज्ञापन हमेशा मानव मूल्यों पर अमल करता है, विज्ञापन के जरिए लोगों को प्रभावित करने की कोशिश करता है जो एक का हिस्सा है। इसलिए विज्ञापन हमारे समाज और आर्थिक पहलुओं को बहुत अधिक प्रभावित करता है, विज्ञापन किसी भी राष्ट्र की अर्थव्यवस्था का आधार का स्तंभ है क्योंकि विज्ञापन आर्थिक प्रक्रिया की महत्वपूर्ण कड़ी है। विज्ञापन आर्थिक लाभ को प्रोत्साहित करने के लिए उपभोक्ताओं को सूचना देता है, समाज किसी भी बुराई को खत्म करने के लिए भी विज्ञापन का सहारा लिया जाता है जैसे कि बहुत एजेंसियां, बहुत सारे संगठन, किसी एक सामाजिक बुराई को हटाने के लिए मिलकर अपना कैम्पेन चलाते हैं, कैम्पेन चलाने का मतलब की एक युद्ध की भाँति उस समस्या को हटाने की तरफ अपना ध्यान आकर्षित करते हैं इन बातों से यह सिद्ध होता है कि विज्ञापन और मानव एक दूसरे से जुड़े हुए हैं। तथापि, विज्ञापन और मानव के बीच में क्या आर्थिक और सामाजिक संबंध हो सकते हैं किस प्रकार विज्ञापन मानव की आर्थिक और सामाजिक समस्याओं को दूर करने की कोशिश करता है। इस बारे में शोध किया गया है।

विज्ञापन आदि काल से ही मानव सभ्यता विकास के पथ में विज्ञान और कलाओं के साथ इसका भी विकास और विस्तार होता रहा। विज्ञान का इतिहास मानव सभ्यता ही जुड़ा है। आदि काल से वर्तमान तक के वैज्ञानिक युग में भी मानव ना किसी रूप में कम या अधिक मात्रा में अपनी आवश्यकताओं को के अनुसार विज्ञापन पर निर्भर बनाए है। सभ्यता के विकास के साथ साथ संचार माध्य बदलते रहे हैं और उन्हीं माध्यमों के सहारे विज्ञापन का स्वरूप बदलते रहें।

विज्ञापन के इतिहास का अध्ययन प्रागैतिहासिक काल के चित्रकला के अध्ययन से करें तो उसमें ऐसे अनेक उदाहरण मिलते हैं जिनमें चित्रों द्वारा चिन्हों, द्वारा डुगडुगी बजाकर मानव अपने विचारों की अभिव्यक्ति करता था। इन्हीं चिन्हों से भी विभिन्न चरणों में आधुनिक लिपि का विकास हुआ और वह लिपि जनसंचार के लिए मानव सभ्यता का सबसे प्रभावी माध्यम बना, जिसके द्वारा विभिन्न शासकों ने अपनी घोषणा आलेखों पर कार्यवाई थी, जो उसे समय के अनुसार किसी न किसी रूप में विज्ञापन का ही एक स्वरूप था।

हमारे आदि ग्रंथ रामायण, महाभारत भी एक प्रकार के विज्ञापन ही थे। जो एक तरह से तत्कालिक युग के विज्ञापन किए जा सकते हैं। अनेक राज्यों द्वारा उद्घोषक नियुक्त किए जाते थे और राजाओं द्वारा दी जाने वाली सूचनाओं को पूरे राज्य में प्रसारित करते थे, जिसका सुथरा व स्वरूप आज विज्ञापन में देखने को मिलता है। प्राचीन काल से ही अन्य सभ्यताओं की तरह ही भारत में भी विज्ञापन किसी न किसी रूप में अस्तित्व में जरूर रहा है। हमारे प्राचीन ग्रंथों में भी ढोल बजाकर जिला करें। डुगडुगी बजाकर आदिगुरु घोषणा करने के प्रमाण मिलते हैं। ईसा पूर्व की लगभग उठाया 3000 वर्ष पूर्व की प्राचीन सिन्धु घाटी से बता के नगरों हड़प्पा और मोहनजोदड़ों से प्राप्त अवशेषों में भी कलात्मक वस्तुएं और मोहरे प्राप्त हुई है।

सिन्धु घाटी सभ्यता से प्राप्त प्राणों में चिन्हों, और लिपि के प्रमाण भी प्राप्त हुए। इन मोहर चिन्हों का स्वरूप आधुनिक प्रतीक चिन्हों लोगों टाईप से मिलता है, जो एक व्यापारिक चिन्ह आदि के रूप में विज्ञापन का ही माध्यम रहा है। मौर्य काल में सम्राट अशोक द्वारा स्थापित स्तंभों का निर्माण बौद्ध धर्म के प्रसार के लिए किया गया था, जिसमें ब्राम्ही लिपि का यह संदेश होते थे। एक प्रकार से यह कहना आश्चर्यचकित की बात नहीं होगी कि मानव जीवन को किसी न किसी रूप में विज्ञापन छू ही रहा है, चाहे कि वह सामाजिक हो, आर्थिक और हर एक पहलू को विज्ञापन में छोड़ रखा है। इसीलिए वर्तमान समय में तो विज्ञापन मानव की एक बहुत बड़ी जरूरत बन चूके हैं। इसलिए वर्तमान समय को विज्ञापन युग कहना गलत नहीं होगा।

वर्तमान समय में विज्ञापन बाजार की दुनिया का एक महत्वपूर्ण हिस्सा बन चुका है एक आंकड़े के अनुसार औसत व्यक्ति प्रतिदिन 280 से 310 विज्ञापन देखते है। लोगों को सूचना, उत्पादों आदि के बारे में जागरूक करने का एक शनदार तरीका है। लेकिन वर्तमान समय में प्रसारित विज्ञापन समाज के लिए समस्या का कारण भी हो गया है, लेकिन वर्तमान समय में प्रसारित विज्ञापन समाज के लिए समस्या का कारण भी हो गया है, सभी ने उन विज्ञापनों को देखा है जहां विज्ञापनदाता उपभोक्ता को यह विश्वास दिलाने की कोशिश करना और आपके विचारों और निर्णयों को प्रभावित करना है। कार, बीमा, दवा, पेय और राजनीतिक विज्ञापन जैसे विज्ञापन अक्सर उपभोक्ता को प्रभावित

करने की कोशिश करते हैं। विज्ञापन अपने मजबूत प्रभाव के कारण समाज के लिए हानिकारक है। विज्ञापन हमें यह महसूस कराते है। हम जितने अच्छे हैं कि आप इस प्रोडक्ट बिना अधूरे हैं।

अगर संक्षेप में कहें, विज्ञापन आपकी खुशी का वादा करते हैं, बशर्ते कि आप बदले में पैसा खर्च करें, इसका परिणाम होता है गैर जरूरी चीजों का उपभोग करना और अनावश्यक कचरे के उत्पादन का समर्थन करना जो हमारे ग्रह को प्रदूषित कर रहा है। बाजार में अधिक से अधिक अपनी लोकप्रियता बढ़ाने अपनी साख बनाने, अपने उत्पाद को अन्य उत्पादों की तुलना में बेहतर साबित करने तथा अधिक से अधिक समय तक मार्केट में बने रहने के लिए विज्ञापन का प्रयोग एक सशक्त हथियार के रूप में होता है। वास्तव में विज्ञापन ही वह माध्यम है जिसके द्वारा पाठक अथवा दर्शक के मन को प्रभावित करते हुए उसके दिल में अपने उत्पाद के प्रति सकारात्मक भाव उत्पन्न करने के सभी कंपनियों द्वारा हर मुमकिन कोशिश की जाती है। विज्ञापनों से हमारे समाज और संस्कृति को लक्षित किया जाता है। चूंकि विज्ञापन का समाज व संस्कृति पर भी गहरा प्रभाव पड़ता है। संचार के सभी माध्यमों में वह चाहे प्रिंट हो या इलेक्ट्रॉनिक, विज्ञापन एक अभिन्न अंग बन चुका है। विज्ञापनों ने समाज व संस्कृति को विभिन्न तरह से प्रभावित किया है।

विज्ञापन हमारे सामाजिक आर्थिक पहलुओं को भी प्रभावित करता है। विज्ञापन किसी भी राष्ट्र की अर्थव्यवस्था का एक आधार स्तंभ होता है क्योंकि विज्ञापन आर्थिक प्रक्रिया की महत्वपूर्ण कड़ी है।

विज्ञापन आर्थिक लाभ को प्रोत्साहित करने के लिए उपभोक्ता को सूचना देता है, बिक्री को बढ़ाने के लिए उपभोक्ता को सूचना देता है, वस्तु की गुणवत्ता बनाए रखता है, रोजगार आता है, हमारी जीवन शैली को प्रभावित करता है। तथा योग्यताओं को बढ़ावा देता है। विज्ञान ओपन समाजिक उत्थान में महत्वपूर्ण भूमिका का निर्वाह करता है। आज का युग विज्ञापन का युग है, हम विज्ञापन के प्रभाव को समाज पर स्पष्ट रूप से देख सकते हैं। विज्ञापनों के द्वारा सामाजिक स्थितियों पर निम्न प्रकार के प्रभाव पड़ सकते हैं।

- (1) उच्च जीवन एवं सभ्यता के विकास का आधार के स्तर को उठाने की कोशिश करता है (Tries to raise the level of higher life and base of development of civilization)
 - (2) विज्ञापन रोजगार बढ़ाता है (Advertising increases employment)
 - (3) विज्ञापन से प्रेस एवं माध्यम की स्वतंत्रता निश्चित हो सकती है (Freedom of press and media can be ensured through advertising)
 - (4) विज्ञापन वस्तुओं की मांग को बढ़ा सकता है (Advertising can increase the demand for goods)
 - (5) विज्ञापन वस्तुओं की मांग को बढ़ा सकता है (Advertising reduces the cost and selling price of the product)
 - (1) उच्च जीवन एवं सभ्यता के विकास का आधार स्तर को उठाने की कोशिश करता है (Tries to raise the level of higher life and base of development of civilization)
- विज्ञापन हमेशा से समाज के प्रति जागरूक और सामाजिक को आगे बढ़ाने के अग्रसर रहा है।

विज्ञापन समाज के जीवन स्तर को ऊपर और ऊँचा उठता है और राष्ट्रीय सभ्यता विकसित होती है। राष्ट्रपति रूजवेल्ट ने एक बार कहा था। विगत अर्धशताब्दी में जनता के विभिन्न वर्गों में जो सामान्य जीवन स्तर बढ़ता है, विज्ञापन के द्वारा दिए जाने वाले उच्च स्तरीय ज्ञान के बिना असंभव होता है।

इसी प्रकार हैपनर ने लिखा है कि विज्ञापन को सभ्यता का विकास तत्व कहा जा सकता है। मानव सभ्यता के विकास में पहिले और लेखन कला के आविष्कार का महत्वपूर्ण योगदान रहा है, जिससे मानव की अभिव्यक्ति और विकास मार्ग पर पीढ़ी दर पीढ़ी आगे बढ़ाया। इन के आविष्कार के पश्चात् भी नए, मुद्रा, औद्योगिक क्रांति व परिवहन के साधनों के विकास और आधुनिक आविष्कारों का भी विकास हुआ। इन आधुनिक आविष्कारों की जानकारी सुपूर्ण विश्व को अल्प समय में ही विज्ञापन द्वारा दी गई। इन नए आविष्कारों जैसे हवाई जहाज का स्कूटर, साकिल, टीवी, फ्रिज, टेलिफोन, घरेलू सामान, कंप्यूटर आदि की जानकारी उपभोक्ता तक प्रभावी ढंग से विज्ञापन ने ही दिया।

विज्ञापन ही इन वस्तुओं को जीवन का आवश्यक हिस्सा और हैसियत का प्रतीक बनाकर खरीदने के लिए प्रोत्साहित करता है। विज्ञापन द्वारा ही नई वस्तुओं का उपयोग गुणवत्ता वस्तु से होने वाले लाभ की जानकारी उपभोक्ता को दी जाती है, जिससे वस्तुओं की बिक्री बढ़ती है। और निर्माता उनका निर्माण करने में उनकी गुणवत्ता में वृद्धि करने को प्रेरित होता है। नई वस्तु का निर्माता नए नए उत्पादों का आविष्कार करता रहता है, जो लोगों के जीवन स्तर को प्रभावित करता है। लोगों के जीवन को सीधी तरह से प्रभावित करता है और साथ ही उत्पादन निवेश की मात्रा, रोजगार और राष्ट्रीय प्रभाव डालता है। रोजगार बढ़ता है, तो वह सामाजिक स्थिति सुधारने की कोशिश करता है। राष्ट्रीय आय पर प्रभाव डालता है। तात्पर्य है कि उस स्थान की आर्थिक स्थिति को बढ़ाने में बहुत बड़ी भागीदारी निभाता है। विज्ञापन ने केवल एक वस्तु पर प्राथमिकता देने के लिए प्रेरित करता है, बल्कि उपभोक्ता के मन में और अधिक नए उत्पादों की इच्छा जागृत करके उस वस्तु को खरीदने के लिए प्रेरित भी करता है। इस तरह विज्ञापन उपभोक्ता को हर नई वस्तु को खरीदने के लिए प्रेरित करता है, जो उसके जीवन स्तर को ऊँचा उठाने की कोशिश करते हैं।

विज्ञापन उच्च जीवन स्तर और सभ्यता के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकते हैं। आइए, इसे विस्तार से समझते हैं:

1. शिक्षा और जागरूकता:

सामाजिक संदेश: कई विज्ञापन सामाजिक मुद्दों पर जागरूकता फैलाते हैं, जैसे स्वास्थ्य, स्वच्छता, शिक्षा और पर्यावरण संरक्षण उदाहरण के लिए, पोलियो उन्मुलन के लिए “दो बूंद जिंदगी की” अभियान ने लोगों को टीकाकरण के महत्व के बारे में जागरूक किया

उपभोक्ता शिक्षा: विज्ञापन उपभोक्ताओं को नए उत्पादों और सेवाओं के बारे में जानकारी देते हैं, जिससे वे बेहतर और सूचित निर्णय ले सकते हैं

2. आर्थिक विकास:

व्यापार और उद्योग: विज्ञापन व्यापार और उद्योग को बढ़ावा देते हैं, जिससे रोजगार के अवसर बढ़ते हैं और आर्थिक विकास होता है

नवचार: विज्ञापन कंपनियों को अपने उत्पादों और सेवाओं में नवचार करने के लिए प्रेरित करते

हैं, जिससे उपभोक्ताओं को बेहतर विकल्प मिलते हैं

3. संस्कृतिक प्रभाव:

सांस्कृतिक आदान-प्रदान: विज्ञापन विभिन्न संस्कृतियों के बीच आदान-प्रदान को बढ़ावा देते हैं, जिससे लोग विभिन्न संस्कृतियों और परंपराओं के बारे में जान सकते हैं।

सामाजिक परिवर्तन: विज्ञापन सामाजिक मानदंडों और मूल्यों को प्रभावित कर सकते हैं, जिससे समाज सकारात्मक परिवर्तन आ सकते हैं।

4. जीवन स्तर में सुधार:

उत्पाद और सेवाएं: विज्ञापन उपभोक्ताओं को नए और बेहतर उत्पादों और सेवाओं के बारे में जानकारी देते हैं, जिससे उनका जीवन स्तर सुधरता है।

स्वास्थ्य और कल्याण: स्वास्थ्य और कल्याण से संबंधित विज्ञापन लोगों को स्वस्थ जीवनशैली अपनाने के लिए प्रेरित करते हैं।

(2) विापन रोजगार बढ़ाता है (Advertising Increases Employment)

रॉबर्ट वी जार्जर- विज्ञापन को परिभाषित करते हुए कहा। विज्ञापन एक सशक्त संचार माध्यम है जो वस्तु सेवा या विचार में बेचने में औजार का कार्य करता है।

मानव एक सामाजिक प्रणी है। विज्ञापन हमेशा मानव मूल्यों का अमल करता है, विज्ञापन करता विज्ञापन के जरिए लोगों को प्रभावित करने की कोशिश करता है जो एक समाज का ही हिस्सा है, कि किसी भी व्यवसाय की वृद्धि के लिए संप्रेषण औजार के रूप में विज्ञापन आज आधुनिक परिवेश में एक बहुत बड़ा व्यवसाय है, जिससे लोगों को रोजगार मिलता है। विज्ञापन से जुड़ी विभिन्न विधाओं जैसे विज्ञापन फिल्म, रेडियो विज्ञापन, मुद्रा, इंटरनेट, बाजार का निर्माण, कला संबंधी कार्य, पत्रिकाओं में विज्ञापन, टीवी, विज्ञापन पोस्टर, होल्डिंग के आदि दीवार पेंटिंग विभिन्न स्तरों पर पीओपी तथा विज्ञापन का कार्य उत्पादों की बिक्री बढ़ाना है। जिससे वस्तु का उत्पादन बढ़ता है इसको पूरा करने के लिए आर्थिक मात्रा में कच्चे माल वादिक श्रम शक्ति की जरूरत होती है जो अदि तक उत्पादन के लिए आवश्यक हैं। इसलिए कच्चे माल एवं वस्तु के निर्माण की प्रक्रिया तक विभिन्न स्तरों पर अधिक से अधिक लोगों को रोजगार मिलता है। उत्पादन को बाजार में भेजने से लेकर बेचने तक के विपणन प्रक्रिया में लोगों को रोजगार के अवसर प्राप्त होते हैं। इस तरह विज्ञापन में रोजगार को बढ़ावा भी मिलता है।

विज्ञापन रोजगार बढ़ाने में कई तरीकों से मदद करता है:

नए व्यवसायों का विकास

विज्ञापन नए व्यवसायों को अपने उत्पादों और सेवाओं को बाजार में पेश करने में मदद करता है, जिससे नए रोजगार के अवसर पैदा होते हैं।

उत्पादन और बिक्री में वृद्धि:

विज्ञापन के माध्यम से उत्पादों और सेवाओं की मांग बढ़ती है, जिससे उत्पादन और बिक्री में वृद्धि होती है। इसके परिणामस्वरूप कंपनियों को अधिक कर्मचारियों की आवश्यकता होती है

विज्ञापन उद्योग में रोजगार:

विज्ञापन एजेंसियों, मीडिया हाउस, ग्राफिक डिजाइनर, कंटेंट क्रिएटर, और मार्केटिंग विशेषज्ञों के

लिए रोजगार के अवसर पैदा होते हैं

स्थानीय व्यवसायों को समर्थन

विज्ञापन स्थानीय व्यवसायों को अपने उत्पादों और सेवाओं को बढ़ावा देने में मदद करता है, जिससे स्थानीय स्तर पर रोजगार के अवसर बढ़ते हैं

नवचार और प्रतिस्पर्धा

विज्ञापन कंपनियों को नवचार करने और प्रतिस्पर्धा में बने रहने के लिए प्रेरित करता है, जिससे नए उत्पादों और सेवाओं का विकास होता है और रोजगार के नए अवसर उत्पन्न होते हैं

(3) विज्ञापन से प्रेस एवं माध्यम की स्वतंत्रता निश्चित हो सकती है (Freedom of press and media can be ensured through advertising)

विज्ञापन प्रेस और मीडिया की स्वतंत्रता को प्रभावित कर सकते हैं, लेकिन यह एक जटिल मुद्दा है। विज्ञापन राजस्व मीडिया संगठनों के लिए महत्वपूर्ण होता है, क्योंकि यह उनके संचालन के लिए आवश्यक वित्तीय संसाधन प्रदान करता है। हालांकि, विज्ञापनदाता कभी-कभी अपने हितों के अनुसार साकगी को प्रभावित करने की कोशिश कर सकते हैं, जिससे मीडिया की स्वतंत्रता पर असर पड़ सकता है।

एक प्रजातांत्रिक देश में प्रेस व समाचार माध्यमों का स्वतंत्र होने अति आवश्यक हो सकता है। स्वतंत्र प्रेस ही बिना किसी भेदभाव के निष्पक्ष रूप से जनसाधारण को सही जानकारी एवं सरकार की गलत नीतियों की आलोचना कर सकता है। आर्थिक रूप से सक्षम प्रेस या मीडिया ही निष्पक्षता से सूचना और संदेश लोगों को पहुंचा सकता है। माध्यमआय के दो प्रमुख स्तोत्र हैं।

समाचार पत्र पत्रिकाएं बिक्री के लिए होने वाली आय, विज्ञापन से होने वाले आये ही प्रेस माध्यम को आर्थिक रूप से सक्षम बनाती हैं। इसका आकलन मुद्रण माध्यमों समाचार पत्र पत्रिकाओं आपको विज्ञापन और समाचार पत्र पत्रिकाओं के विपरीत से होने वाली आय के आधार पर किया गया जा सकता है। जैसे कि में मुद्रण वर्ष 2005 को विज्ञापन से 5900 करोड़ प्राप्त हुए तथा समाचार पत्र पत्रिकाओं के वितरण से 4800 करोड़ प्राप्त हुए। इस प्रकार 2015 में इन्हीं माध्यमों से विज्ञापन में 18,900 करोड़ तथा वितरण से 9400 करोड़ प्राप्त हुए, जो माध्यम कि स्वतंत्रता के लिए महत्वपूर्ण है, इस प्रकार आर्थिक रूप से सक्षम प्रेस माध्यम से अधिक स्वच्छता और भय रहित होकर स्वतंत्रता से कार्य कर सकता है।

विज्ञापन प्रेस और मीडिया स्वतंत्रता को कई तरीकों से बढ़ा सकते हैं।

2. वित्तीय स्थिरता: विज्ञापन राजस्व:

मीडिया संगठनों को विज्ञापन से मिलने वाला राजस्व उनके संचालन के लिए आवश्यक वित्तीय संसाधन प्रदान करता है। इससे वे स्वतंत्रता रूप से काम कर सकते हैं और बाहरी वित्तीय दबावों से मुक्त रह सकते हैं।

लंबी अवधि की योजना:

वित्तीय स्थिरता होने पर मीडिया संगठन लंबी अवधि योजनाएं बना सकते हैं और अपने कंटेंट की गुणवत्ता में सुधार कर सकते हैं।

विविधता: विज्ञापन राजस्व से मीडिया संगठनों को विभिन्न प्रकार की सामग्री और दृष्टिकोण प्रस्तुत करने की स्वतंत्रता मिलती है, जिससे वे अधिक समावेशी और विविध हो सकते हैं।

3. नवचार और गुणवत्ता तकनीकी उन्नति:

विज्ञापन से प्राप्त राजस्व मीडिया संगठनों को नई तकनीकों में निवेश करने की अनुमति देता है, जिससे वे अपने दर्शकों को बेहतर सेवा प्रदान कर सकते हैं।

उच्च गुणवत्ता वाली सामग्री:

वित्तीय संसाधनों की उपलब्धता से मीडिया संगठन उच्च गुणवत्ता वाली सामग्री का उत्पादन कर सकते हैं, जो अनेक दर्शकों के लिए अधिक आकर्षक होती है।

4. विविधता और समावेशिता: विभिन्न दृष्टिकोण:

विज्ञापन राजस्व से मीडिया संगठनों को विभिन्न प्रकार की सामग्री और दृष्टिकोण प्रस्तुत करने की स्वतंत्रता मिलती है, जिससे वे अधिक समावेशी और विविध हो सकते हैं।

समुदाय की सेवा:

विज्ञापन राजस्व से मीडिया संगठनों अपने समुदाय की बेहतर सेवा कर सकते हैं और उनकी आवश्यकताओं को पूरा कर सकते हैं।

(4) विज्ञापन वस्तुओं की मांग को बढ़ा सकता है (Advertising can increase the demand for goods)

किसी भी विज्ञापन का मूलभूत कारण अधिक बेचने से सहायता करना और उत्पाद के प्रति उपभोक्ता को विश्वास दिलाना होता है। एक प्रभावशाली विज्ञापन योजना द्वारा बाजार में नई वस्तु की मांग को उत्पादन किया जा सकता है, जो वस्तु बाजार में आने पर उसकी बिक्री को बढ़ाने के लिए आवश्यक है। विज्ञापन से लोगों को वस्तु की उपयोगिता एवं जरूरतों के अनुरूप होने का विश्वास दिलाकर न केवल वस्तुओं के विक्रय को बढ़ाया जा सकता है, बल्कि विज्ञापन वस्तु के प्रति लोगों में रुचि बढ़ाता है जिससे उस वस्तु की अतिरिक्त विक्रय होता है, निर्माता यदि सार्थक व प्रभावी विज्ञापन पर अधिक खर्च करेगा तो उसकी वस्तु की मांग बढ़ेगी और मांग से वस्तुओं की बिक्री भी अधिक होगी। इस तरह जो विज्ञापन सही तरीके और सही समय पर किए जा सकते हैं। तो वह मांग बढ़ाते हैं जिससे वस्तुओं की बिक्री बढ़ती है।

1. ब्रांड जागरूकता बढ़ाना

विज्ञापन का मुख्य उद्देश्य उपभोक्ताओं को किसी ब्रांड के बारे में जागरूक करना है। जब उपभोक्ता बार-बार किसी ब्रांड का विज्ञापन देखते हैं, तो वे उस ब्रांड को पहचानने लगते हैं और उसकी प्रतिष्ठा बढ़ती है जिससे बिक्री में वृद्धि होती है।

2. उत्पाद की जानकारी प्रदान करना

विज्ञापन के माध्यम से उपभोक्ताओं को उत्पादन की विशेषताओं, लाभों और उपयोग के तरीकों के बारे में जानकारी मिलती है। इससे उपभोक्ता बेहतर निर्णय ले सकते हैं कि कौन सा उत्पाद उनके लिए सही है।

3. बिक्री में वृद्धि

विज्ञापन उपभोक्ताओं को उत्पाद खरीदने के लिए प्रेरित करता है। विज्ञापन ओर ऑफर्स

उपभोक्ताओं को उत्पाद खरीदने के लिए प्रोत्साहित हैं, जिससे बिक्री में वृद्धि होती है

4. प्रतिस्पर्धा में बढ़त

विज्ञापन से ब्रांड को प्रतिस्पर्धी बाजार में बढ़त मिलती है। जब एक ब्रांड अपने उत्पादों का विज्ञापन करता है, तो वह अपने प्रतिस्पर्धियों से आगे निकलने की कोशिश करता है।

5. उपभोक्ता विश्वास बढ़ाना

अच्छे विज्ञापन उपभोक्ताओं में विश्वास पैदा करते हैं। जब उपभोक्ता किसी ब्रांड के विज्ञापन को बार-बार देखते हैं उसमें दी गई जानकारी को विश्वासनीय पाते हैं, तो वे उस ब्रांड पर भरोसा करने लगते हैं।

6. नए उत्पादों का परिचय

विज्ञापन नए उत्पादों को बाजार में लाने और उपभोक्तों को उनके बारे में जानकारी देने का एक प्रभावी तरीका है। इससे उपभोक्ता नए उत्पादों को आजमाने के लिए प्रेरित होते हैं जिससे वस्तुओं की मांग बढ़ती है।

7. उपभोक्ता व्यवहार को प्रभावित करना

विज्ञापन उपभोक्ताओं के व्यवहार और खरीदारी की आदतों को प्रभावित करता है। आकर्षक विज्ञापन और प्रचार उपभोक्ताओं को उत्पाद खरीदने के लिए प्रेरित करते हैं, जिससे वस्तुओं की मांग बढ़ती है

(5) विज्ञापन उत्पाद की लागत और विक्रय मूल्य कम करता है (Advertising reduces the cost and selling price of the product)

विज्ञापन वस्तु के विक्रय मूल्य को कम करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। विज्ञापन की वजह से ही सभी थोक व फुटकर विक्रता भी उस वस्तु को अधिक प्रथामिकता देते हैं जिसका विज्ञापन किया जाता है। विक्रेता विज्ञापित वस्तु को बेचना आसान समझते हैं क्योंकि वह जानते हैं कि उस वस्तु ज्ञापन पहले से ही रखा है और उपभोक्ता उस वस्तु के बारे में पहले से ही मन में मानस आकृति बनाकर आता है और विक्रता कम समय में अधिक वस्तुओं की बिक्री करता है। वस्तु की बिक्री अति होने से कम से वस्तु का उत्पादन बढ़ता है जिससे वस्तुओं का मूल्य भी कम होता है।

विज्ञापन के माध्यम से कंपनियाँ अपने उत्पादों की जानकारी बड़े पैमाने पर लोगों तक पहुँचाती हैं, जिससे उत्पाद की मांग बढ़ती है। जब मांग बढ़ती है, तो उत्पादन भी बढ़ता है, जिससे उत्पादन की लागत कम हो सकती है। इसके अलावा, विज्ञापन प्रतिस्पर्धा भी बढ़ती है, जिससे कंपनियाँ अपने उत्पादों की कीमतें कम करने के लिए प्रेरित होती हैं उदाहरण के लिए:

एक उदाहरण के रूप में साबुन को लेते हैं।

1. उत्पादन की मात्रा में वृद्धि:

जब एक साबुन का विज्ञापन किया जाता है, तो उसकी मांग बढ़ जाती है 1 अधिक मांग के कारण कंपनी बड़े पैमाने पर उत्पादन करती है, जिससे प्रति यूनिट उत्पादन की लागत कम हो जाती है। उदाहरण के लिए, यदि एक कंपनी 10,000 साबुन बना रही थी और अब विज्ञापन के बाद 50,000 साबुन बना रही है, तो उत्पादन की लागत प्रति साबुन कम हो जाएगी।

2. प्रतिस्पर्धा में वृद्धि:

विज्ञापन के कारण विभिन्न साबुन कंपनियाँ अपने उत्पादों को बेहतर बनाने और सस्ती कीमत पर बेचने का प्रयास करती हैं। इससे ग्राहकों को बेहतर गुणवत्ता के साबुन कम कीमत पर मिलते हैं।

3. ब्रांड पहचान और वफादारी:

विज्ञापन के माध्यम से एक साबुन ब्रांड अपनी पहचान बनाता है और ग्राहकों में वफादारी उत्पन्न करता है। इससे ग्राहकों की संख्या बढ़ती है और उत्पादन की लागत कम होती है।

4. नवचार और सुधार:

विज्ञापन के माध्यम से साबुन कंपनियाँ अपने नवाचार और सुधार करती हैं ताकि वे ग्राहकों की आवश्यकताओं को पूरा कर सकें। इससे उत्पादन की प्रक्रिया में सुधार होता है और लागत कम होती है।

5. लॉजिस्टिक्स और वितरण:

विज्ञापन के माध्यम से साबुन की मांग बढ़ने पर कंपनी अपने वितरण नेटवर्क को सुधारती है। इससे वितरण की लागत कम होती है और साबुन की कुल लागत में कमी आती है।

इस प्रकार, विज्ञापन के माध्यम से साबुन की लागत में कमी आ सकती है और ग्राहकों को बेहतर गुणवत्ता के उत्पाद सस्ती कीमत पर मिल सकते हैं।

सन्दर्भ

1. यादव, नरेंद्र सिंह, विज्ञापन प्रबंध, 13वाँ संशोधन संस्करण, 2019
2. यादव, नरेंद्र सिंह, विज्ञापन तकनीक एवं सिद्धांत, 7वाँ संशोधन संस्करण, 2007
3. आर एल, पाटनी, विज्ञापन एवं विक्रय प्रबंधक