

**ОБЩИЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК, ФИНАНСОВАЯ НАУКА.  
ОТРАСЛЕВАЯ СТРУКТУРА ЭКОНОМИКИ, ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ  
ПРЕДПРИЯТИЯ. КРАТКИЕ СООБЩЕНИЯ**

doi: 10.51639/2713-0576\_2023\_3\_2\_127

УДК 331.101.68

ГРНТИ 19.45.00

ВАК 08.00.05

**Влияние рекламы и маркетинга на общество**

\* Дадыко Э. А., Чевозерова К. А.

*Сибирский Государственный Университет Путей Сообщения  
630049, Россия, г. Новосибирск, ул. Дуси Ковальчук 191*

email: \* [elinadadyko@gmail.com](mailto:elinadadyko@gmail.com), [kristinatommy104@icloud.com](mailto:kristinatommy104@icloud.com)

В статье рассматривается влияние рекламы и маркетинга на общество. Реклама очень полезна не только для производителей, но и для потребителей и даже для общества в целом. Реклама выполняет множество функций в обществе и в маркетинге, например, предоставляет информацию о преимуществах товара или услуги. Она также влияет на отношение и поведение потребителей, направляет или ориентирует их, используя различные средства массовой информации для привлечения их внимания. Реклама контролирует ум заинтересованного человека, удовлетворяя его желания, влияет на потребительское поведение. Влияние рекламы на общество формирует желание покупать. Реклама является важнейшим элементом маркетинга и способствует увеличению объёмов реализации продукции предприятия. В своей работе мы рассматриваем как влияет реклама на маркетинг и общество.

*Ключевые слова:* реклама, маркетинг, влияние рекламы, общество, потребитель.

Существует разница между рекламой и маркетингом в области связей с общественностью. Маркетинг делает акцент на продвижении товаров и услуг с целью получения дохода. Реклама - это инструмент коммуникации, используемый маркетологами для того, чтобы заставить клиентов поверить в преимущества продукта.

Реклама очень полезна не только для производителей, но и для потребителей, и даже для общества в целом. Реклама выполняет множество функций в обществе, таких как предоставление информации, о преимуществах продукта или услуги, которая влияет на отношение и поведение клиентов, используя различные средства массовой информации. Например, житель России видит сотни и даже тысячи рекламных объявлений в день. Таким образом, реклама играет очень важную роль в формировании мнений о продуктах и политике.

Кроме того, он поддерживает многие учреждения, такие как новостные агентства, телевизионную индустрию, поисковые компании и сайты социальных сетей.

Реклама также используется для убеждения клиентов покупать новые продукты, которые представлены на рынке, а также для того, чтобы дать существующим покупателям конкретного продукта повод продолжать покупать продукт. Это также работает в другую сторону, пытаясь убедить клиентов переключиться с существующего бренда, который они используют, на другой продукт. Например, объясняя клиенту причины, по которым бренд или продукт лучше других.

Именно это помогает в просвещении людей. Например, есть некоторые социальные проблемы, в которых реклама касается детского труда, употребления алкоголя, курения, образования в области планирования семьи. Другими словами, реклама создает осведомленность в обществе не только для того, чтобы убедить людей покупать товары, но и для информирования о социальных проблемах вокруг них или в обществе. Также служит формой искусства или способом общения с клиентами. Это касается навыков общения и силы убеждения, что помогает увеличить спрос на продукцию со стороны производителей и в то же время увеличить продажи.

Реклама широко используется, особенно в наше время, когда конкуренция очень высока. Таким образом, это помогает узнать, своих конкурентов и планировать, чтобы иметь возможность встретиться с конкурентами.

Реклама играет очень важную роль в обществе, будь то производители, торговцы или потребители. Некоторые преимущества для клиентов:

- осведомлённость: реклама позволяет клиентам осознавать и осознавать, что нового на рынке или в существующем продукте. Если продукты не рекламируются, клиенты не будут знать о том, что происходит на рынке;
- реклама также помогает клиентам найти продукт, который лучше для них. Когда они узнают об ассортименте продуктов, они могут сравнивать и покупать то, что для них лучше;
- реклама также жизненно важна для производителей или продавцов продукта;
- реклама помогает увеличить продажи продукта;
- реклама помогает компаниям узнать о своих конкурентах на рынке и о том, как они могут улучшить свой продукт;
- реклама является основой для любой компании для запуска или выпуска нового продукта;
- реклама помогает создать лояльность клиентов;
- спрос на продукт является результатом рекламы.

Реклама помогает не только клиентам и компаниям, но и обществу в целом. Она помогает в решении социальных проблем и просвещении общественности по этим вопросам.

Недостатки рекламы:

- реклама стоит больших денег. Большинству производителей приходится платить из своего кармана, чтобы покрыть расходы на рекламу своего товара, что ставит их в убыток.;
- иногда реклама может вводить в заблуждение покупателей. Покупатель может увидеть рекламу и купить товар, но почувствовать себя обманутым после использования товара, а затем осознать, что реклама на самом деле не дает правильной информации о товаре;
- реклама, как правило, подрывает социальные ценности, они стирают грань между реальностью и фантазией в таком случае покупатели получают эти товары без достаточной детализации того, что это может с ними сделать;
- реклама также стимулирует продажи некачественных или плохих товаров. Нет фильтра для рекламируемого товара, поэтому покупателям показывают как хорошие, так и плохие товары;
- некоторые рекламные объявления могут быть уничижительными или оскорбительными для определенной аудитории. Чтобы добиться признания у определенной аудитории, они могут сознательно или неосознанно навредить другой аудитории, чтобы добиться своего.

Маркетинг используется для развития удовлетворяющих отношений, которые приносят пользу клиенту и организации. На уровне организации это жизненно важная функция бизнеса, необходимая практически для всех отраслей, независимо от того, работает ли

организация как коммерческая или некоммерческая организация. Для прибыльной организации маркетинг отвечает за большинство задач, которые приносят доход. В то время как в некоммерческой организации маркетинг отвечает за привлечение клиентов, необходимых для поддержки миссии, таких как сбор пожертвований или поддержка дела для обоих типов организаций. Маловероятно, что они смогут выжить без маркетинговых усилий. Маркетинг устанавливает цены в том смысле, что он помогает установить правильную цену на свой продукт или услугу, что делается методом проб и ошибок. Это является формой исследования рынка. Маркетинг продает продукт или услугу. Он помогает подобрать продукты для клиентов, определяя потребности и желания клиентской базы.

Маркетинг – это продвижение и продажа товаров или услуг.

Преимущества маркетинга:

- маркетинг помогает выявить потребности потребителей, расположенных в нетронутых районах, и выяснить возможность продажи нового продукта;
- маркетинг помогает как производителям, так и общественности или потребителям. Это помогает производителям больше знать о спросе потребителей, а также помогает потребителям получать то, что они хотят от производителей;
- маркетинг повышает уровень жизни в стране. С предоставлением большего количества предметов, продуктов и удобств; даже самая бедная часть общества получит что-то от этого.

Пол Мазур говорит: «Маркетинг - это обеспечение уровня жизни общества».

Недостатки маркетинга:

- основным недостатком маркетинга является стоимость, поскольку деньги и другие факторы определяют успех маркетингового проекта;
- если не провести надлежащее исследование, можно потерять много денег. Ориентируясь не на ту аудиторию или используя неподходящий способ маркетинга, будет дорогостоящей ошибкой;
- существует также проблема времени. Исследование правильных маркетинговых стратегий, проектирование, написание, публикация работы, работа с ответами, в конце концов, требуют много времени. Таким образом, неудачный проект может быть очень рискованным;
- маркетинговые кампании являются последовательными и постоянными, что означает больше затрат и больше времени, а исследования показали, что потребителям товаров необходимо просмотреть информацию от 3 до 30 раз, прежде чем они ее получат;
- маркетолог может рекламировать работу, но если он не в состоянии заплатить за целую страницу в журнале, газете или любом средстве массовой информации. Маркетолог будет конкурировать с коллегами, которые также пытаются добиться признания своих товаров;
- стоимость выхода журнала или газеты с широкой аудиторией чрезвычайно высока и может быть слишком дорогой для некоторых предприятий.

## **Конфликт интересов**

Авторы статьи заявляют, что у них нет конфликта интересов по материалам данной статьи с третьими лицами на момент подачи статьи в редакцию журнала, и им ничего не известно о возможных конфликтах интересов в настоящем со стороны третьих лиц.

## **Список литературы**

1. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ (ред. от 28.07.2012) «О рекламе» [Электронный ресурс] // Система «Консультант Плюс». (12.03.2023)

2. Бове, Л. Современная реклама [Текст] / Л. Бове, У. фон Аренс. - М., 1995. - 704 с.
3. Васильев, Г. А. Основы рекламной деятельности [Текст]: учебное пособие для студентов вузов / Г. А. Васильев, В. А. Поляков. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. - 414 с.
4. Учебное пособие по менеджменту MSG : сайт. – URL: objectives-importance-of-advertising.htm (12.03.2023)
5. 10 лучших преимуществ маркетинга : сайт. – URL: <http://www.yourarticlelibrary.com/marketing/top-10-advantages-of-marketing/53152> (12.03.2023)

### **The impact of advertising and marketing on society**

Dadyko E. A., Chevozerova K.A.

*Siberian State University of Railway Transport  
630049, Russia, Novosibirsk, 191 Dusi Kovalchuk str.*

The article examines the impact of advertising and marketing on society. Advertising is very useful not only for producers, but also for consumers and even for society as a whole. Advertising performs many functions in society and in marketing, for example, it provides information about the benefits of a product or service. It also influences the attitude and behavior of consumers, directs or orients them, using various media to attract their attention. Advertising controls the mind of an interested person, satisfying his desires, influences consumer behavior. The influence of advertising on society forms the desire to buy. Advertising is the most important element of marketing and contributes to an increase in the volume of sales of the company's products. In our work, we consider how advertising affects marketing and society.

*Keywords:* advertising, marketing, advertising influence, society, consumer.