

## **ВЗАИМОСВЯЗЬ РЫНКА И РЕКЛАМЫ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ**

**Науменко А. П.**, студент

Научный руководитель – Янович П. А., ст. преподаватель

каф. «Экономика и право»

Белорусский национальный технический университет

г. Минск, Республика Беларусь

Реклама – это оповещение различными способами для создания широкой известности, привлечения потребителей, зрителей [1].

Рынок – система регулярного, преимущественно денежного, взаимовыгодного, добровольного и состязательного обмена благами, где действия его участников регулируются, помимо цен, их структурными связями, институциональными формам, властными иерархиями и культурными конструкциями [2].

Рынок и реклама тесно взаимосвязаны, поскольку реклама сильно влияет на рынок, а также отражает его текущее состояние. Во-первых, реклама информирует потребителей о продуктах и услугах, их преимуществах, способах покупки, тем самым привлекая внимание потенциальных клиентов и формируют спрос на рынке. Во-вторых, реклама напрямую воздействует на конкурентную борьбу. Конкурирующие компании используют рекламу, чтобы привлечь потенциальных потребителей, выделения своей продукции среди аналогичной. Конечно, таких связей намного больше.

Таким образом, правильно спланированная реклама эффективно воздействует на рынок в целом и на потребительское поведение, что еще раз подчеркивает взаимосвязь рынка и рекламы.

### **Список литературы**

1. Толковый словарь русского языка / С. И. Ожегов ; под общ. ред. Л. И. Скворцова. – 28-е изд., перераб. – М.: Мир и Образование : Оникс, 2012. – 1375 с.

2. Радаев, В. В. что такое рынок: экономико-социологический подход / В. В. Радаев. Предпринт Р 15 WP4/2006/07. – М.: ГУ ВШЭ, 2006. – 48 с.