

УДК 339.138
ГРНТИ 06.81.55

Силина Татьяна Ивановна, старший преподаватель кафедры финансов и бухгалтерского учета Белорусско-Российского университета

e-mail: tanyas23@mail.ru

Койда Ольга Сергеевна, студентка 3 курса направления подготовки Экономика и управление на предприятии (профиль) Деловое администрирование Белорусско-Российского университета

e-mail: olenka2001@live.ru

АНАЛИЗ РЕКЛАМНОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ КАК ЧАСТИ ЦИФРОВОЙ МОДЕЛИ МАРКЕТИНГА

Аннотация. В статье проводится анализ рекламного рынка Республики Беларусь, рассмотрены основные тенденции и особенности развития рекламного рынка. Выявлено, что стремительными темпами развивается реклама в сети Интернет. Были предложены перспективные направления развития на рынке рекламы. Определены аспекты влияния цифровизации на рекламный рынок Республики Беларусь.

Ключевые слова: реклама, рекламный рынок, интернет-реклама, тенденции развития, Республика Беларусь, маркетинг, цифровизация.

Silina Tatyana Ivanovna, Senior Lecturer of the Department of Finance and Accounting Belarusian-Russian University

e-mail: tanyas23@mail.ru

Koida Olga Sergeevna, 3rd year student of the direction Economics and management at the enterprise (profile) Business administration of the Belarusian-Russian University

e-mail: olenka2001@live.ru

ANALYSIS OF THE ADVERTISING MARKET OF THE REPUBLIC OF BELARUS AS PART OF THE DIGITAL MARKETING MODEL

Annotation. The article analyzes the advertising market of the Republic of Belarus, considers the main trends and features of the development of the advertising market. It is revealed that advertising on the Internet is developing rapidly. Promising directions of development in the advertising market were proposed. Aspects of the impact of digitalization on the advertising market of the Republic of Belarus are determined.

Keywords: advertising, advertising market, Internet advertising, development trends, Republic of Belarus, marketing, digitalization.

Реклама – это мощный инструмент конкуренции. Он предоставляет ценную информацию о продуктах и услугах эффективным и экономичным спосо-

бом. Таким образом, реклама помогает экономике нормально функционировать, а именно она поддерживает низкие цены и способствует выходу на рынок новых товаров и фирм. Реклама по своей природе является важной чертой экономической жизни. Рекламы доходят до потребителей через их телевизоры, радио, газеты, журналы, почтовые ящики, компьютеры и прочее.

На современном этапе развития реклама является значимым фактором социально-экономического, культурного и общественного развития и неплохо характеризует уровень развития маркетинга в стране. Реклама занимает значительную часть экономического пространства, способствует развитию предпринимательства, конкуренции, рыночных отношений.

Учитывая важную экономическую и социальную роль рекламного рынка в экономике страны знание тенденций его развития способны помочь маркетологам оптимизировать мероприятия по продвижению продукции на рынке и добиться их максимальной эффективности.

Основной целью данного исследования является изучить рекламный рынок в Республике Беларусь, выявить основные тенденции развития данного рынка, а также определить направления развития.

В Республике Беларусь рекламный рынок является развивающимся сегментом национальной экономики. Рассмотрим, что представляет рекламный рынок в Республики Беларусь подробнее.

Главное воздействие на состояние белорусского рекламного рынка оказывает непосредственно спрос на рекламные услуги со стороны представителей бизнеса. Причем в большей степени рекламный рынок в Беларуси формируют заказы рекламодателей, которые являются представителями иностранного бизнеса, либо продвигают импортные товары.

На протяжении последних 10 лет белорусские средства массовой информации переживают кризис, и многие представители печатных изданий остаются в прошлом. На это есть несколько причин: стремительное развитие интернет технологий, а также нежелание СМИ эти технологии осваивать. Поэтому в итоге лидерами на рынке рекламы стали те, кто предлагал качественные, менее затратные и при этом эффективные услуги. Кроме того, для рекламодателей главным критерием эффективности рекламной кампании выступает ее низкая стоимость, а рекламные идеи и маркетинговые исследования отходят на второй план.

Изучение рынка рекламных услуг необходимо для того, чтобы понимать его динамику и тенденции: какие сегменты находятся на вершине, от каких стоит отказаться. Рассматривая рисунок, на котором представлены объемы рынка рекламы за 2016-2019 гг., а также таблицу 1, в которой отражена динамика развития объемов рынка рекламы, можно наблюдать, что стремительными темпами развивается реклама на просторах сети Internet. Таким образом, за 4 года объем рынка интернет рекламы увеличился более чем в 2,5 раза, а наибольший рост пришелся на 2017 год, когда темп роста составил 149,40% к уровню 2016 года.

Самые низкие темпы роста относятся к печатной рекламе, как было описано выше, что белорусские СМИ претерпевают упадок. В 2017 году наблюда-

ется снижение объема сектора прессы на 6 млн. рублей или 30,23% к уровню предыдущего года. В последующих годах данный показатель так же имел тенденцию к снижению, так в 2019 году объем по сектору печатной рекламы составил 2,1 млн. рублей, что в 4 раза ниже, чем в 2016 году.

Положительная динамика развития наблюдается у TV-индустрии, так, например, в 2018 году объем данного сектора увеличился на 114,04% к уровню 2017 года. В 2019 году и показатель развивается более низкими темпами и составил 101,78% к 2018 году.

Увеличение объема радио-сектора приходится на 2017 и 2018 года, где темпы роста составили 149,6% и 119,25% к уровню предыдущего года. В 2019 году данный показатель сократился на 1,2 млн. рублей. Несмотря на увеличение показателя в 2017 и 2018 гг., наблюдается отрицательная динамика развития темпов роста.

Наружная реклама в Республике Беларусь является одним из наиболее эффективных и востребованных рекламодателями видов рекламы. В стране размещено более 33 тыс. сторон средств наружной рекламы. Стоит отметить, что стоимость размещения такой рекламы в Республике Беларусь имеет одну из самых низких цен среди стран, входящих в СНГ [2]. Объемы наружной рекламы показывают стабильный рост на протяжении всего рассматриваемого промежутка времени. В 2017, 2018 и 2019 гг. показатель увеличивается на 105,33%, 114,04%, 110,84% (соответственно) к уровню предыдущего года.

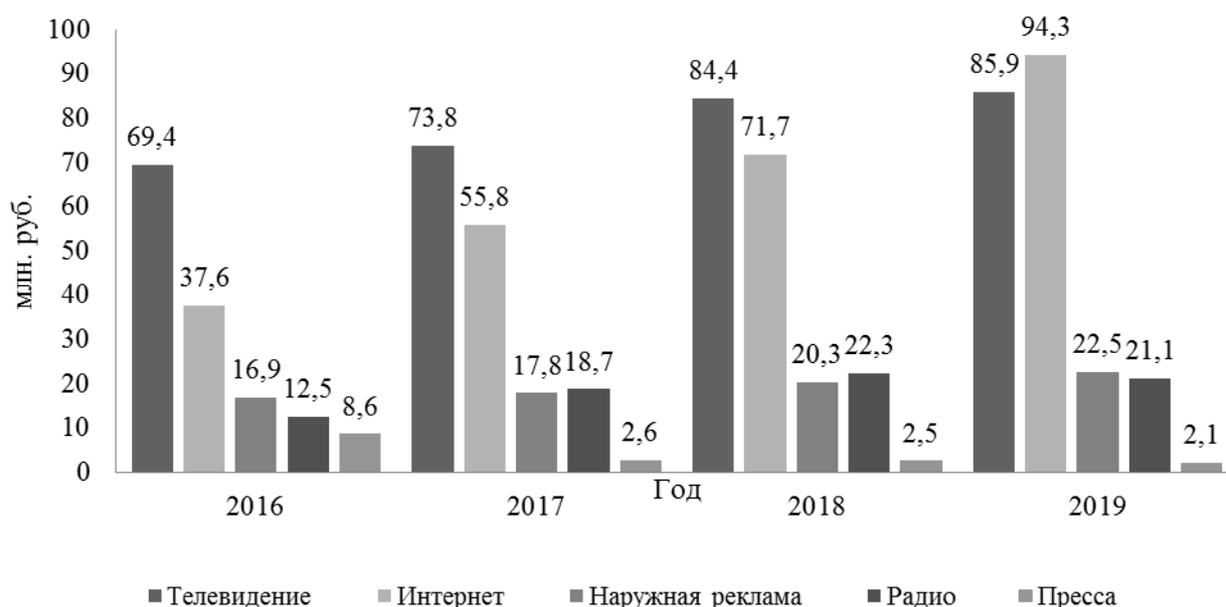


Рис. Объем рекламного рынка в Республике Беларусь в 2016-2019 гг.*

* Источник: [1].

Таблица 1 – Темп роста объема рекламного рынка в Республике Беларусь в 2017-2019 гг., %

Показатель	Год		
	2017	2018	2019
Телевидение	106,34	114,36	101,78
Интернет	148,40	128,49	131,52
Наружная реклама	105,33	114,04	110,84
Радио	149,60	119,25	94,62
Пресса	30,23	96,15	84,00

Рассматривая структуру объемов рекламного рынка, представленного в таблице 2, можно утверждать, что ведущими секторами данного рынка являются реклама на телевидение и в сети интернет. Еще до 2019 года наибольший удельный вес на рекламном рынке приходился на телевидение, однако в 2019 году значительный вес занял Интернет-сектор, доля которого составила 41,74% против 38,03%, занимающие TV-сектором.

Наименьший удельный вес пришелся на печатную продукцию, доля которой в 2019 году составила 0,93% от общего объема рекламного рынка в Республике Беларусь.

Таблица 2 – Структура объема рекламного рынка в Республике Беларусь в 2016-2019 гг., %

Показатель	Год			
	2016	2017	2018	2019
Телевидение	47,86	43,75	41,95	38,03
Интернет	25,93	33,08	35,64	41,74
Наружная реклама	11,66	10,55	10,09	9,96
Радио	8,62	11,08	11,08	9,34
Пресса	5,93	1,54	1,24	0,93

Анализ динамики и структуры показателей позволяет сделать следующие выводы:

1) Уровень интереса к печатной прессе в Республике Беларусь стремительно падает. В условиях сжимающегося рынка, особенно ускорился тренд массового ухода рекламодателей в digital.

2) Наиболее перспективным сегментом является интернет-реклама, кроме того интернет-медиа в 2019 году стала №1 с долей рынка более 41%.

3) Наружная реклама перестает быть статичной, рост сегментов телевидения замедляется.

4) Рекламный рынок находится в постоянном поиске инноваций, которые позволят доносить информацию до каждого конкретного клиента.

5) Внутри рынка происходят структурные изменения – перераспределение объемов в сторону цифровых каналов и инструментов.

Перспективным направлением развития на рынке рекламы, по нашему мнению, будет являться динамичный рост сектора интернет-рекламы, а также

переход в интернет пространство печатных СМИ. Кроме того, было установлено, что СМИ вынуждены улучшать качество информации и ее подачу зрителю, так как конкуренция на рынке высокая, а по прогнозам со временем она станет еще больше. Как следствие, сегодня можно говорить о качественном изменении средств массовой информации, вызванном цифровизацией современного общества. Например, печатные СМИ все чаще публикуют свою информацию в сети Интернет. В тоже же время наружная реклама, должна быть усовершенствована с учетом современных требований, например, есть большие перспективы в связи с внедрение технологии интерактивных экранов.

Таким образом, в 2019 года рекламный рынок в Республики Беларусь все еще продолжает развиваться. При поиске необходимой статистической и новостной информации для проведения анализа, была выявлена проблема формирования инфраструктуры рынка маркетинговых услуг, что обуславливает недостаток информации о рекламном рынке. На основе проведенного анализа были выделены основные особенности развития рынка рекламы и маркетинговых коммуникаций: стабильный рост, изменение структуры рынка, цифровизация и персонализация маркетинговых коммуникаций. Наиболее перспективным сегментом является интернет-реклама. Малый объем белорусского рекламного рынка обусловлен объективными причинами, но при изменении экономической ситуации на рынке темпы его роста будут выше.

Список литературы:

1. Ассоциация Рекламных Организаций. Объем рынка рекламы // [Электронный ресурс]. – URL: <https://arо.by/объемы-рынка/>, (дата обращения: 10.04.2021).
2. Байбардина Т.Н. Особенности и приоритеты формирования рынка рекламных услуг Республики Беларусь в современных условиях / Т.Н. Байбардина, Т.Л. Процко [Электронный ресурс]. – URL: http://lib.i-bteu.by/bitstream/handle/22092014/1959/Байбардина%20Т.Н._Процко%20Т.Л.pdf?sequence=1&isAllowed=y , (дата обращения: 11.04.2021)