

Министерство образования Республики Беларусь  
Учреждение образования  
Белорусский государственный университет  
информатики и радиоэлектроники

УДК 659.2(476)

Петренко  
Александр Сергеевич

**РЕКЛАМНЫЙ РЫНОК В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: СОСТОЯНИЕ И  
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

**АВТОРЕФЕРАТ**

на соискание степени магистра экономических наук

по специальности 1-25 80 04 «Экономика и управление народным хозяйством»

---

Научный руководитель  
Палицын Василий Александрович  
кандидат экономических наук, доцент

---

Минск 2018

## КРАТКОЕ ВВЕДЕНИЕ

Актуальность данной работы заключена в том, что коммерческие предприятия не могут сегодня успешно работать на рынке без рекламы в том или ином виде. В крупных фирмах, где есть штатные специалисты и обеспечена поддержка рекламного агентства, разные функции распределяются среди подходящих для их выполнения работников.

Многие общенациональные рекламодатели ежегодно тратят огромные суммы ради выведения на рынок новых товаров или услуг. Сегодня актуальность рекламы не вызывает сомнения так как она играет ключевую роль в рыночной экономике и является её важным элементом. Если производителя лишить такой эффективной связи с потребителем, какой является реклама, то он перестанет вкладывать деньги в совершенствование старых и создание новых товаров. Стремление к развитию, конкуренция в предпринимательстве будут снижаться.

Вот почему в странах с высоким уровнем экономики и жизни, массовым производством тратятся огромные деньги на рекламу. Фраза «реклама - двигатель торговли» достаточно полно раскрывает основную функцию рекламы: передачу информации о товаре, знакомство с ним потенциальных покупателей, убеждение его в необходимости приобретения товара.

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Цель и задачи исследования.** Целью работы является - развитие рекламного рынка в Республике Беларусь.

Цель научной работы определяет следующие задачи:

Целью данной работы является изучение современные виды и методы рекламной деятельности в Республике Беларусь.

Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи:

- рассмотреть теоретические основы, виды и методы рекламной деятельности;
- охарактеризовать роль рекламы в производстве и коммерческой деятельности предприятий и торговых организаций;
- дать анализ и оценку рекламной деятельности в Республике Беларусь;
- предложить пути совершенствования рекламной деятельности в Республике Беларусь.

**Научная новизна** диссертационного исследования состоит в применении к рекламной деятельности всех методов продвижения, применяемых в

маркетинге услуг, разработке предложений повышения эффективности рекламной деятельности в Республике Беларусь.

**Новизна полученных результатов.** В ходе работы над магистерской диссертацией были детально проанализированы исследования отечественных и зарубежных авторов, связанные с рынком рекламных услуг. В результате были рассмотрены методы совершенствования рекламной деятельности в сети интернет, предложены способы совершенствования планирования рекламной деятельности, разработаны практические рекомендации для маркетологов и владельцев бизнеса.

**Положения, выносимые на защиту.**

- 1) Методы совершенствования рекламной деятельности в сети интернет.
- 2) Направления совершенствования планирования рекламной деятельности в сети интернет.
- 3) Обоснование эффективности размещения рекламных ссылок организации на интернет на интернет-портале «TUT.BY»

**Личный вклад соискателя.** Диссертационное исследование является научным трудом, выполненным соискателем самостоятельно с учетом достижений отечественной и зарубежной экономической науки по данной проблематике на основании изучения теоретических и фактологических материалов в соответствии с поставленными целями и задачами. В диссертации изложены результаты научно-исследовательской деятельности, выполненных автором лично. В публикациях личный вклад соискателя заключается в разработке методик исследований, постановке основных экспериментов, проведении теоретических и экспериментальных исследований. Все положения, выносимые на защиту, разработаны автором лично.

**Апробация результатов диссертации.** Основные теоретические и практические результаты диссертационной работы были представлены в следующих научных конференциях: Международная научно-практическая конференция «Современные проблемы и тенденции развития экономики и управления», международная научно-практическая конференция «Механизм управления экономическими системами: методы, модели, технологии».

**Опубликованность результатов исследования.** По материалам диссертации опубликованы 2 печатные работы, из них все 2 статьи в материалах научных конференций.

**Структура и объем диссертации.** Диссертация состоит из введения, общей характеристики работы, трех глав, заключения, библиографического списка. Общий объем диссертации составляет 58 страниц, 3 таблиц, 10 иллюстраций, 40 наименований в библиографическом списке, одного приложения.

Магистерская диссертация выполнена самостоятельно, проверена в системе «Антиплагиат». Процент оригинальности соответствует норме не менее 70%, установленной кафедрой экономики. Цитирования обозначены ссылками на публикации, указанные в «Библиографическом списке».

## **КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ**

Диссертация состоит из введения, трех глав с выводами по каждой главе, заключения, библиографического списка и приложения.

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, формулируется цель и задачи, определяется объект и предмет исследования, методическая и информационная база, а также раскрывается практическая значимость исследования.

В главе «Особенности маркетинговых исследований на рынке рекламы» представлены понятие и сущность рекламной деятельности как вида услуг и ее роль в повышении эффективности бизнеса. Цель деятельности рекламной компании, рекламного агентства – получение прибыли за счет оказания рекламных услуг. Проанализированы виды и экономическое содержание рекламы, рассмотрены реклама в интернете.

В главе «Анализ состояния рынка рекламных услуг» проанализированы законодательное регулирование рекламной деятельности в Республике Беларусь, рынок рекламных услуг.

В главе «Рекомендации по развитию рынка рекламных услуг Республики Беларусь» разработаны методики использования организациями рекламного ресурса в сети интернет для продвижения продукции, товаров, работ, услуг.

В заключении содержатся выводы и результаты исследования, подведены итоги работы.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Для развития рынка рекламных услуг в Республике Беларусь необходимо более широкое участие рекламных компаний в информационном пространстве. Необходимо регулярно проводить рекламно-информационные мероприятия, применять все инструменты интернет-маркетинга: сайты рекламных агентств, контекстную рекламу, одностраничные сайты-визитки и т.д. Необходимо более четко акцентировать внимание потребителей рекламных услуг на сильных сторонах рекламных компаний.

В диссертации решены следующие задачи:

В первой главе дано понятие и сущность рекламных услуг и рекламной деятельности и их роль в повышении эффективности бизнеса.

Во второй главе проанализированы законодательные регулирование рекламной деятельности в Республике Беларусь, рынок рекламных услуг, произведен сравнительный анализ рекламной деятельности рекламных компаний.

В третьей главе предложены методы совершенствования рекламной деятельности в сети интернет.

### **СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ**

1) Петренко, А.С. Пути повышения финансовой устойчивости компании /А.С. Петренко //Современные проблемы и тенденции развития экономики и управления– 2017. – С.84-87

2) Петренко, А.С. Обоснование эффективности размещения рекламных ссылок организации на интернет-портале «TUT.BY» //Механизм управления экономическими системами: методы, модели технологии. -2018. – С.172-177