

*А.С. Романовская, 3 курс*

*Научный руководитель – П.В. Гуца, к.э.н., доцент*

*Полесский государственный университет*

На протяжении своей жизни каждый человек активно пользуется интернетом, а количество интернет-пользователей растет с каждым днем. Маркетологи не могли упустить этот факт, и на данный момент практически любое предприятие или фирма имеет свой сайт, мобильное приложение и рекламирует свои услуги посредством интернет-рекламы. С увеличением контента, потребляемого пользователями, растёт и предложение рекламы.

Развитие интернет-маркетинга началось в 1990-е годы, когда началось размещение информации о товарах в сети Интернет. Сегодня в Интернете насчитываются миллионы сайтов. По данным компании Netcraft, на 1 января 2014 года веб-сайтов было 861 379 152. Но, рассматривая развитие Интернета в Республике Беларусь, следует определить проблему развития интернет-маркетинга [2].

Согласно сведениям Белстата, в конце 2013 – начале 2014 г. на территории Республики Беларусь насчитывалось 9,4 миллиона пользователей Интернета. Из 7990 обследованных организаций республики 7922 имели стационарный компьютер, но лишь у 4556 (50,2 %) был свой веб-сайт, что показывает нераспространенность такого средства рекламы, как веб-сайт [3].

Статистические данные, приведённые рекламным агентством VondelDigital, показывают, что затраты на медийную онлайн-рекламу в 2018 году составили 15,2 млн. долларов США с учетом НДС, что на 18% больше, чем в 2017 году -12,9 млн. долларов, что на 30% больше, чем в 2016 г. - 9,905 млн. долларов. Данная цифра включает в себя баннерную и видеорекламу, спецпроекты и нативную рекламу, рекламу в социальных медиа, а также объемы рекламных затрат на медийные форматы в сетях Google (GDN) и Яндекс (РСЯ).

Рынок интернет рекламы в 2019 году увеличился на 32%. Интернет стал лидером по темпам роста на рынке, на втором месте – телевидение. Остальные каналы не могут похвастаться заметными цифрами роста.

В значительной мере такие темпы роста обеспечены увеличением бюджетов рекламодателей в интернет, т.к. этот медиаканал стал важной составляющей рекламной стратегии большинства брендов. Интернет реклама даёт ощутимые преимущества перед другими медиа в охвате и качестве целевой аудитории, возможностях таргетирования, разнообразия форматов, креативов и оперативности реагирования в ходе рекламной кампании, а также оценке ее эффективности. Интернет в последние годы, безусловно, становится гораздо богаче на технические решения и возможности при размещении рекламы.

Однако по мнению экспертов «Рейтинга Байнета», представленная цифра сильно занижена. Так в 2017 году затраты рекламодателей на поисковую рекламу (продвижение инструментами и средствами Google и Яндекс) составили **\$22 млн.** В 2018 году данный сегмент вырос не менее, чем на **40%** и превысил **\$30 млн.** Данная динамика обусловлена как увеличением бюджетов рекламодателей, так и их перераспределением с других каналов. Кроме того, каждый год растет количество новых бизнесов, а, следовательно, и рекламодателей [7].

Также на рынке контекстно-медийной рекламы наблюдается тенденция увеличения оборотов у крупных игроков. Большие агентства по оборотам растут быстрее рынка, а мелкие агентства чуть медленнее [7].

По предварительной оценке, белорусские рекламодатели на продвижение в социальных сетях тратят **не более 10%** своих интернет-бюджетов. Исходя из такой логики по итогам 2018 года рынок можно оценить в сумму не менее **\$5 млн** [7].

Еще одним заметным сегментом интернет-рынка становится сегмент **classified** – платные услуги, связанные с размещением и продвижением рекламных объявлений частных пользователей и компаний на сайтах частных объявлений. Общий объем сегмента крупнейшими игроками рынка был оценен в **\$13,2 млн.**, что на 13% больше, чем в 2017 году.

Рынок SEO растет незначительно в пределах **10–12%** и остается на уровне **\$13–15 млн** в год. Рост обусловлен естественным увеличением количества бизнесов и сайтов, которые необходимо продвигать.

Итак, интернет-рынок Беларуси, имеет прочную базу для дальнейшего развития и огромный потенциал для развития бизнеса и привлечения инвесторов. [4, 152].

Увеличение количества и качества интернет-рекламы не только улучшит её положение в медиа миксе, но также поможет выполнить основную задачу маркетинга – удовлетворить потребности современного покупателя. Нужно отметить необходимость сотрудничества белорусских реклам производителей с зарубежными партнерами, это повысит их опыт в создании рекламной продукции. Белорусские представители смогут приобрести новые навыки, освоить передовые технологии по созданию рекламы, а также продемонстрировать свои наработки и достижения своим зарубежным коллегам.

#### Список использованных источников

1. Романов, А.А. Учебное пособие по дисциплине «Реклама. Интернет-реклама» / Московский международный институт эконометрики, информатики, финансов и права. - М.:, 2003. – 168 с.
2. Белстат: В Беларуси – 8,4 млн пользователей интернета [Электронный ресурс] / Белорусский портал n1.by. – Режим доступа : <http://n1.by/news/2014/05/17/590046.html>. – Дата доступа : 21.03.2019
3. Основные показатели использования информационно-коммуникационных технологий в организациях [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Режим доступа : <http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/svyaz-i-informatsionno-kommunikatsionnye-tekhnologii/godovye-dannye/osnovnye-pokazateli-razvitiya-svyazi-obshchego-polzovaniya/>. — Дата доступа : 21.03.2019.
4. Михалёв, Ю.А. Роль интернета в политике государств современного мира // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Серия: Общественные науки. 2019. № 26 (737). С. 147–154.
5. Пименов, Г.Г. Перспективы внедрения новых виртуальных валют – блокчейн // Экономика и предпринимательство. 2019. № 1 (78). С. 433–436.
6. Белорусский рынок интернет-рекламы: что имеем и куда идем [Электронный ресурс]. — Режим доступ <http://marketing.by/analitika/beloruskiy-rynok-internet-reklamy-chto-imeem-i-kuda-idem/> . – Дата доступа : 21.03.2019
7. Итоги развития интернет-рынка Беларуси. Отдельные сегменты выросли на 40%. [Электронный ресурс] – Режим доступ <https://ratingbynet.by/itogi-razvitiya-internet-rynka-belarusi-otdelnye-segmenty-vyrosli-na-40/>. – Дата доступа : 21.03.2019