

и должна строиться экономика будущего, где показатели благополучия станут такими же важными, как и традиционные экономические индикаторы. Реализация этого подхода в Беларуси потребует пересмотра многих устоявшихся парадигм, но потенциальные выгоды — устойчивое развитие и повышение качества жизни — безусловно стоят затраченных усилий.

Источники

1. Чинакова, Н.В. Экономика счастья: современные исследования и дискуссии / Н.В. Чинакова // Мир экономики и управления. — 2016. — Т. 16, № 1. — С. 101–115.
2. Артеага, В. Белорусы — счастливая нация: Институт социологии НАН подвел итоги исследования / В. Артеага // SB.BY. Беларусь сегодня. — 2024. — URL: <https://www.sb.by/articles/formula-sch> (дата обращения: 06.05.2025).
3. Freitas, W. Happy people are more productive — especially if you give them chocolate / W. Freitas // QUARTZ. — 2024. — URL: <https://qz.com/190659/happy-people-are-more-productive-especially-if-you-give-them-chocolate> (date of access: 06.05.2025).
4. Кувшинова, О. Как деньги влияют на счастье / О. Кувшинова, И. Рябова, В. Демьяненко // Эконс. — 2021. — URL: <https://econs.online/articles/coffee-break/kak-dengi-vliyayut-na-schaste/> (дата обращения: 05.05.2025).
5. Экспертное мнение заведующей отделом прогнозирования доходов и уровня жизни населения Научно-исследовательского экономического института Министерства экономики Республики Беларусь Галины Корж представлено в «Народной газете» // Научно-исследовательский экономический институт Министерства экономики Республики Беларусь. — 2024. — URL: <https://niei.by/special/ru/news-ru/view/ekspertnoe-mnenie-zavedujuschej-otdelom-prognozirovaniya-doxodov-i-urovnja-zhizni-naselenija-nauchno-375/> (дата обращения: 05.05.2025).

М.М. Лычев

*Научный руководитель — кандидат экономических наук М.Н. Базылева
БГЭУ (Минск)*

РЕКЛАМНЫЙ РЫНОК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Рекламный рынок Республики Беларусь представляет собой сложную и динамичную систему, отражающую особенности национальной экономики и потребительского поведения. Его можно разделить на следующие сегменты: радиореклама, интернет-реклама, пресса, телевидение, наружная реклама. Рынок рекламы формируется под воздействием спроса со стороны предприятий и предложения со стороны рекламных агентств и медиаплощадок.

За последние 5 лет рекламный рынок Беларуси продемонстрировал неоднородную динамику: начальный период роста цифровой рекламы и адаптации к новым технологиям сменился резким сокращением объемов в 2020–2022 гг.

(рис. 1) на фоне политической нестабильности и экономических санкций, что привело к перераспределению бюджетов в пользу более гибких каналов, а также к усилению фокуса на внутренний рынок и программы импортозамещения.

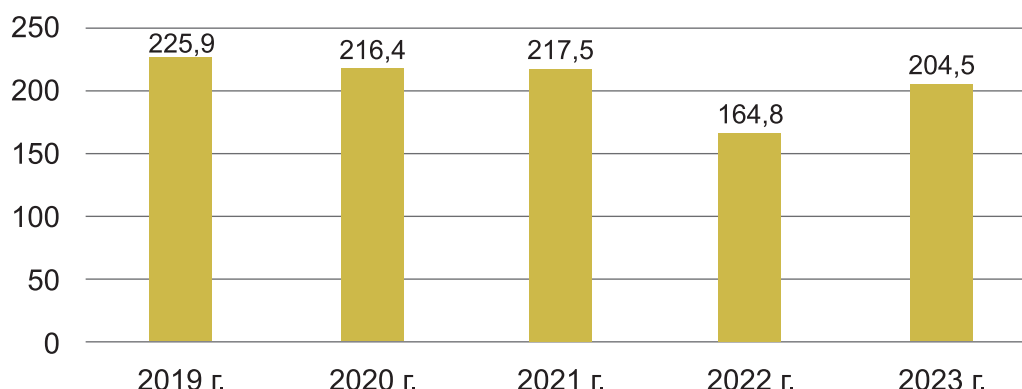


Рис. 1. Динамика объема рекламного рынка Республики Беларусь

Как видим, в 2022 г. объем рынка рекламы значительно сократился, что было обусловлено введением экономических санкций против Беларуси, повлекшим за собой ограничение доступа белорусских предприятий к международным рынкам, а также уход крупных международных рекламодателей и рекламных агентств с белорусского рынка. Однако уже в 2023 г. наблюдается рост объема, что обусловлено адаптацией белорусских компаний к работе в условиях санкций и ограничений, государственными программами поддержки бизнеса, ростом уровня проникновения интернета, а также развитием новых цифровых рекламных инструментов.

С увеличением числа пользователей интернета, снижением стоимости контакта с потенциальным клиентом, постоянным появлением новых форматов рекламы в структуре рекламного рынка Беларуси наблюдается увеличение доли интернет-рекламы. Так, в 2023 г. объем интернет-рекламы составил 110,7 млн бел. руб., или 54,1 %; на втором месте находится телевидение — 50,1 млн бел. руб. (24,5 %), а на третьем — наружная реклама (22,3 млн бел. руб., или 10,9 %) (рис. 2) [1].

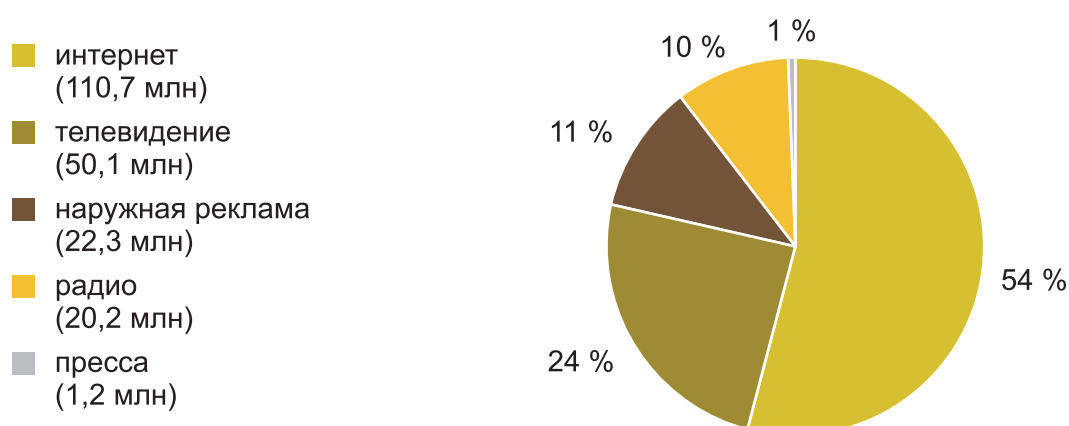


Рис. 2. Сегментация рекламного рынка Республики Беларусь в 2023 г.

В 2023 г. основными рекламодателями в медиа стали такие компании, как Pepsico, ООО «Рубикон», МТС, А1 и «Пятый элемент», которые имели примерно одинаковые доли на рынке, что подчеркивает разнообразие лидеров в различных секторах экономики.

Капитализированные бренды — ключевые активы компаний, определяющие их финансовую стабильность и привлекательность для инвесторов. Оценка этих активов позволяет грамотно планировать развитие и привлекать капитал. В таблице показаны топ 5 капитализированных брендов Республики Беларусь по состоянию на 2023 г. [2].

Топ-5 капитализированных брендов Республики Беларусь

Место	Бренд	Владелец	Сфера деятельности
1	БелАЗ	ОАО «БелАЗ» — управляющая компания холдинга «БелАЗ-холдинг»	Машины и оборудование
2	Беларус трактор	ОАО «Минский тракторный завод»	
3	МАЗ	ОАО «Минский автомобильный завод»	
4	Евроопт	ООО «Евроторг»	Оптовая и розничная торговля
5	21 vek	ООО «Триовист»	

В заключение можно отметить, что рекламный рынок Республики Беларусь находится на стадии активного развития, хотя и подвержен влиянию экономических и политических факторов. Несмотря на это, он демонстрирует способность к адаптации и инновациям. Белорусские компании, стремясь к эффективной коммуникации, активно инвестируют в рекламу, сочетая традиционные и цифровые каналы с акцентом на национальную идентичность.

Особенностью белорусского рекламного рынка является его фокус на поддержке отечественных производителей, что способствует формированию лояльности к белорусским брендам.

Будущее белорусского рекламного рынка во многом зависит от дальнейшего развития цифровых технологий и расширения возможностей онлайн-рекламы. Важно также учитывать меняющиеся потребительские предпочтения и адаптировать рекламные сообщения к потребностям целевой аудитории. В целом рекламный рынок Беларуси обладает потенциалом для роста и развития, но требует постоянного мониторинга тенденций и адаптации к новым условиям.

Источники

1. Обзор рекламного рынка Беларуси за 2023 год // Ассоциация рекламных организаций (АРО). — URL: https://aro.by/?page_id=354 (дата обращения: 10.05.2024).
2. ТОП-200 сильнейших брендов Беларуси в 2023 году // Экономическая газета. — URL: <https://neg.by/novosti/otkrytj/top-200-silneyshikh-brendov-belarusi-v-2023-godu/> (дата обращения: 10.05.2025).