

*М.Н. Ткачев,*  
студент БГЭУ (Минск)

### **Регулирование рекламной деятельности в Республике Беларусь**

Реклама охватывает население в целом, воздействует на него. Обществу не должен быть безразличен характер этого воздействия. Отсюда можно сделать вывод о необходимости регулирования данной сферы деятельности.

Основным документом, регулирующим рекламную деятельность в Республике Беларусь, является Закон "О рекламе", принятый Палатой Представителей 19.12.1996 г. и одобренный Советом Республики 30.01.1997 г. Он регулирует отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распределения на территории республики рекламы на рынках товаров, работ и услуг, включая рынки банковских, страховых и иных услуг, связанных с использованием денежными средствами граждан (физических лиц) и юридических лиц, а также рынки ценных бумаг. Следует отметить, что данный закон по содержанию очень близок к аналогичному российскому закону. Среди других нормативных актов, регулирующих рекламную деятельность, можно выделить Указ Президента Республики Беларусь "О некоторых вопросах осуществления рекламной деятельности", "Порядок рассмотрения материалов о нарушении законодательства Республики Беларусь о рекламе", положение Совета Министров Республики Беларусь "Об утверждении Положения о порядке размещения наружной рекламы" и др. В Республике Беларусь определен государственный орган управления, в функции которого входит осуществление контроля за рекламной деятельностью, выявление нарушений и возложение ответственности — это Министерство предпринимательства и инвестиций. Эту функцию, но косвенно, осуществляет Государственный комитет по печати, который ведет контроль за соблюдением законодательства в рекламной деятельности в печатных средствах массовой информации.

Оценивая нормативную базу рекламной деятельности Республики Беларусь, можно выявить ряд существенных недостатков:

статьи и нормы не всегда корректны, с одной стороны, а с другой — еще более ужесточают и без того предельно суровые положения российского закона;

Закон Республики Беларусь "О рекламе" и Указ Президента Республики Беларусь "О некоторых вопросах осуществления рекламной деятельности на территории Республики Беларусь" по ряду положений не соответствуют друг другу;

улучшен вопрос рекламы оружия;  
не урегулированы отношения спонсоров и спонсируемых;  
не указаны нюансы рекламы на радио;  
не урегулирован вопрос о распространении и ином использовании рекламных материалов, ввезенных на территорию республики с нарушением таможенного законодательства.

Для преодоления всех вышеизложенных недостатков необходимо создать эффективный механизм регулирования рекламной деятельности не только со стороны государства, но и со стороны субъектов данного рынка на уровне рекламодателей, рекламных агентств, СМИ, общественных организаций. С этой целью в марте 1998 г. вышло постановление Совета Министров Республики Беларусь № 460 "О межведомственном совете по рекламе", в котором представлены как государственные органы власти, так и общественные организации. Следует отметить, что создание данного совета положило лишь начало формированию эффективной системы саморегулирования рекламы. Необходимо разработать Белорусский кодекс рекламы, ориентированный на местную специфику, с учетом международных стандартов, создать активную систему самоконтроля на местах, т.е. внутрифирменное регулирование.

**В.Б. Тур,**  
студент БГЭУ (Минск)

### **Исследование рынка струйных принтеров Республики Беларусь**

Исследование проводилось по данным 1999 г. путем статистической обработки материалов периодической печати.

Исследование и анализ рынка струйных принтеров проводились по следующим направлениям:

динамика общего количества предложения принтеров;  
изменение средней цены на принтеры;  
спрос на марки струйных принтеров;  
деятельность поставщиков на рынке струйных принтеров;  
по техническим характеристикам: по разрешению печати, формату печати, скорости печати.

Наиболее важным фактором, влияющим на выбор товара, является его цена. Динамика среднемесячной цены за каждый месяц в долларах США выглядит следующим образом: январь — 389, февраль — 370, март — 379, апрель — 371, май — 277, июнь — 271, июль — 292, август — 303, сентябрь — 262, октябрь — 300, ноябрь — 323, декабрь — 271. Снижение цен на струйные принтеры к

236

□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□. □□□□□□□□.  
□□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□ □□□□□□□□. □□□□□□□□.