

Таким образом, белорусский маркетинг развивается в соответствии с общемировыми тенденциями, несмотря на имеющиеся серьезные препятствия макроуровня. Большинство белорусских компаний осознает важную роль маркетинга в обеспечении экономического результата, применяет ряд маркетинговых технологий на постоянной основе, высоко оценивает перспективы развития *martech*.



Т. В. Ревецкая, канд. экон. наук
БГЭУ (г. Минск)

Е. А. Сушкевич, канд. экон. наук
e-mail: susha2@yandex.ru
БГЭУ (г. Минск)

Обзор ведущих digital-трендов в Республике Беларусь

Согласно данным исследования агентства We are Social, опубликованным в отчете «Digital 2023: Belarus», на начало 2023 г. в Республике Беларусь насчитывалось 8,27 млн пользователей сети Интернет, при этом пользователей социальных сетей — 4,27 млн (из них 56,2 % — женского пола, 43,8 % — мужского). Уровень проникновения интернета среди населения составляет 86,9 %.

Более половины трафика в Беларуси пришлось на ноутбуки и компьютеры, около 49 % — на мобильные устройства. Средняя скорость фиксированного интернет-соединения в Беларуси на начало 2023 г. составляла 50,27 Мбит/с, мобильного — 11,71 Мбит/с.

Самый популярный браузер в нашей стране — Chrome (59,81 %), далее по популярности следуют Safari (16,77 %), Opera (7,52 %) и другие браузеры (7,45 %). Главной поисковой системой в Беларуси по-прежнему является Google (76,18 %), на втором месте — Яндекс (21,89 %).

В 2022 г. самыми популярными запросами белорусских пользователей в Google были: погода, переводчик, новости, Яндекс, Куфар, YouTube; на YouTube — А4, песни, фильмы, мультики, музыка, новости и др.

Лидером по приведенному трафику из социальных сетей стал YouTube (24,37 %), Pinterest (19,62 %), Instagram (18,10 %), Facebook (13,49 %), далее следуют ВКонтакте (8,02 %), Twitter (7,60 %).

Данные, опубликованные на рекламных ресурсах ByteDance, показывают, что на начало 2023 г. у TikTok в Беларуси было 4,27 млн пользователей в возрасте от 18 лет и старше. Рекламный охват был эквивалентен 51,7 % от общей численности интернет-пользователей на начало года (независимо от возраста); 56,2 % рекламной аудитории TikTok в Беларуси составляли женщины, 43,8 % — мужчины. Потенциальный охват рекламы TikTok в Беларуси за год увеличился на 1,2 млн (+38,8 %). Следует отметить, что рекламные инструменты TikTok публикуют данные только для пользователей в возрасте 18 лет и старше.

В Instagram в Беларуси на начало 2023 г. было 3,4 млн пользователей; использовали данную социальную сеть 41,7 % аудитории в возрасте 13 лет и старше. Рекламный охват Instagram был эквивалентен 41,1 % от общей численности интернет-пользователей (независимо от возраста); 61,8 % рекламной аудитории составляли женщины, 38,2 % — мужчины. Потенциальный рекламный охват Instagram в Беларуси с 2022 по 2023 гг. сократился на 300 тыс. (–8,1 %).

Аудитория Facebook в Беларуси за год уменьшилась на 6,1 % (с 706 тыс. до 662,8 тыс. пользователей). В январе 2023 г. охват рекламы Facebook в Беларуси был эквивалентен 8,0 % от общей численности интернет-пользователей (независимо от возраста). 62,6 % рекламной аудитории Facebook в Беларуси составляли женщины, 37,4 % — мужчины.

В 2022 г. сеть LinkedIn с аудиторией в 800 тыс. пользователей обогнала по популярности Facebook. Данные о рекламном охвате компании показывают, что аудитория LinkedIn в Беларуси в начале 2023 г. составляла 8,4 % от общей численности населения. Рекламный охват LinkedIn в Беларуси был эквивалентен 9,7 % от общей численности интернет-пользователей (независимо от возраста); 51,5 % рекламной аудитории LinkedIn составляли женщины, 48,5 % — мужчины. Данные, опубликованные в инструментах планирования LinkedIn, показывают, что с 2022 по 2023 гг. потенциальный охват рекламы данной соцсети в Беларуси увеличился на 70 тыс. (+9,6 %).

Результаты исследования, представленные в отчете «Digital 2023: Belarus», демонстрируют высокий уровень использования цифровых технологий в стране.