

динять усилия других людей, полнота ответственности за конечный результат. Наряду со стремлением руководить, доминирующей карьерной мотивацией мужчин является преодоление препятствий, решение трудных задач.

Для женщин ключевую роль при выборе карьерной стратегии играет стремление работать в организации, в которой обеспечивается достаточно длительный срок занятости, стабильно выплачивается заработная плата [3].

Все эти особенности следует учитывать при планировании служебной карьеры.

Следовательно, карьера человека будет успешнее тогда, когда его карьерные устремления совпадают с системой жизненных ценностей.

Планировать своё продвижение по службе необходимо, так как это даёт вполне ощутимые результаты. Важно понимать, чего человек хочет добиться через год, два, пять. Для этого, конечно же, необходимо знать свои слабые и сильные стороны и понимать меру ответственности на той или иной должности.

Важным моментом является планирование карьеры работника со стороны руководства. Оно представляет собой организацию его продвижения по ступеням должностного и квалификационного роста, помогающую ему развить и реализовать профессиональные знания и навыки в интересах фирмы. Любой руководитель должен заинтересовать сотрудников не только в финансовом плане, но и в плане его профессионального роста, стремясь совместить интересы и цели фирмы с индивидуальными интересами и целями самих работников. От этого будет зависеть производительность труда в целом [3].

Для продвижения по карьерной лестнице необходимо развивать в себе такие качества, как решимость, принципиальность, требовательность, практичность, умение работать в команде и вести её вперед. Важно быть нацеленным на результат. Главное не останавливаться, а идти только вперед.

#### **СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. <http://pticavpolete.com/karierny-rost-ne-v-chesti.html>
2. [http://abc.vvsu.ru/Books/up\\_tehnoi\\_karjery/page0004.asp](http://abc.vvsu.ru/Books/up_tehnoi_karjery/page0004.asp)
3. Журнал «Секретарское дело».
4. <http://www.profmedia.by/pub/sec/art/detail.php?ID=35503>

УДК004.738.5:659.1.011.12(476)

*Родцевич Ю.П.*

*Научный руководитель: ст. преподаватель Кривицкая Т.В.*

### **СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМЫ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**

Развитие интернет-рекламы, с момента появления, произошло очень быстро. Это связано с тем, что реклама должна привлекать непосредственно людей. Выгодно располагать рекламу там, где её увидит множество человек, т.е. если место более массовое, то реклама привлечёт большее количество людей. Следовательно, популярность Интернета повлияла на развитие рынка интернет-рекламы. На сегодняшний день в Республике Беларусь уровень проникновения Интернета составляет 56,5% населения страны. Это самый высокий показатель среди всех стран СНГ. Интернет за несколько лет стал рабочей средой для рекламодателей. Например, нельзя точно определить, сколько человек просмотрело рекламу в газете, журнале и т.д. В интернет-рекламе вы будете точно знать, сколько человек обратило внимание на вашу рекламу. Причем можно менять ее хоть 20 раз в день, добиваясь самого лучшего результата у пользователей. Если традиционную рекламу нужно планировать за несколько дней или недель, то размеще-

ние рекламы в Интернете возможно в течение нескольких минут. Согласно исследованиям, ежедневно более 40% своего времени пользователи проводят в сети. Именно поэтому реклама в Интернете сегодня занимает одно из первых мест по эффективности и популярности.

Республика Беларусь располагает сформированным рекламным рынком. С каждым годом наблюдается значительный рост белорусской рекламы, а также достойное ее качество, в некоторых случаях даже не уступающее зарубежным аналогам в развитых странах. Без рекламы и грамотной маркетинговой кампании товар не продать: задача производителей состоит в том, чтобы не только обеспечивать прямые поставки своих товаров, но и знакомить потребителей с ними. Каждое предприятие без исключения должно быть заинтересовано в создании эффективной рекламной стратегии, его главная цель – заинтересовать потребителя, рассказать о достоинствах товара. Это очень удобный вид рекламы для потребителей и очень выгодный для предприятия. Реклама в Интернете требует меньше денежных затрат, чем реклама в телевизионном эфире, и она является одним из самых эффективных средств продвижения товара из-за активности интернет-аудитории в последние годы. Преимуществ у рекламы огромное количество. Но важен и тот факт, что только грамотно спланированная рекламная кампания способна увеличить оборот рекламируемого товара, сделать его известным. Поэтому к вопросу о создании и распространении рекламы следует подходить основательно и желательнее с привлечением профессионалов.

Наибольшей популярностью пользуется баннерная и текстовая реклама на порталах. Примерная стоимость рекламы в Байнете: стоимость разработки баннера – 15 у.е. и выше; стоимость его прокрутки в сетях – от 0,08 у.е. за 1.000 показов; стоимость его «независимой» прокрутки – 3-7 у.е. в сутки; стоимость контекстной рекламы – от 10 у.е.

Наиболее посещаемые ресурсы: (all.by, akavita.by): www.tut.by; www.open.by; www.onliner.by; www.date.by; www.av.by; www.charter97.org; www.pogoda.by; www.navitny.by; www.kosht.comTut.by – самое посещаемое место белорусского интернета. Только число заходов уникальных посетителей на титульную страницу составляет более 70 000 в сутки, которые в сумме открывают её более 200 000 раз за день, а общий объем просмотренных страниц превышает 10 000 000 в месяц! Месячная аудитория портала – более 700 000 человек [2].

В настоящее время в Беларуси насчитывается более 70 тысяч сайтов. Именно такое количество сайтов зарегистрировано в интернет-каталогах в качестве белорусских. При этом прогнозируется, что их количество будет постоянно увеличиваться при общем повышении качества представленной информации.

Для проверки эффективности интернет-рекламы был проведен социологический опрос. В опросе приняло участие 60 человек в возрасте от 17 до 40 лет.

- Обращаете ли вы внимание на интернет-рекламу?

- Да – 31%.
- Иногда – 50%.
- Нет – 19%.

- Доверяете ли вы рекламе в Интернете?

- Да – 35%.
- Сомневаюсь – 40%.
- Нет – 25%.

- Покупали ли вы продукцию, рекламу которой увидели в Интернете?

- Всегда – 20%.
- Иногда – 40%.
- Никогда – 40%.

- Помогает ли интернет-реклама развиваться рекламодателям, предприятиям?

- Да – 42,5%.
- Возможно – 45%.
- Нет – 12,5%.

Можно сделать вывод, что интернет-реклама является одной из значимых составляющих для успешного ведения бизнеса, но все же некоторые потребители предпочитают обходиться и без неё.

Интернет в РБ выходит на второе место после телевидения по объему рекламных затрат. Медийное агентство ZenithOptimediaBelarus, крупнейшие белорусские площадки и интернет-сейлхаузы в конце января 2013 г. обнародовали последние данные по объему рынка интернет-рекламы в РБ за 2012 г. Затраты только на медийную рекламу достигли 7,2 млн. \$ США (рост 51%). По прогнозам экспертов, в 2013 г. объем медийного рынка интернет-рекламы в Беларуси продолжит расти и приблизится к 10 млн. \$. В оценке объемов рынка принимали участие представители компаний Onliner.by, RG Media, «Веб Эксперт», «Видео Интернешнл-Минск», «Тут Бай Медиа», ZenithOptimediaBelarus [3].

#### СПИСОК ЦИТИРОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. График БАЙНЕТА: ТОП5 разделов у крупнейших порталов Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://marketing.by/main/market/analytics/0060825> – Дата доступа: 10.04.2013.
2. Рынок интернет-рекламы [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <http://dfk-dfr.com/load/53-1-0-2259> – Дата доступа: 09.04.2013.
3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://it.tut.by/332800> – Дата доступа: 11.04.2013.

УДК 338.012

*Федорович Е.В.*

*Научный руководитель: к.э.н., доцент Козинец М.Т.*

### АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ ОКАЗАНИЯ ОТДЕЛЬНЫХ ВИДОВ БЫТОВЫХ УСЛУГ ПОТРЕБИТЕЛЯМ

Сфера бытовых услуг – одна из жизненно необходимых составляющих экономики. Она позволяет сократить время населения на удовлетворение бытовых нужд в домашних условиях, содействует увеличению свободного времени граждан на самообразование, отдых, удовлетворение культурных потребностей и т.п. Развитие бытовых услуг способствует повышению благосостояния и улучшению качества жизни населения.

Бытовое обслуживание населения – часть сферы обслуживания, в которой населению оказываются услуги непроизводственного и производственного характера. Бытовое обслуживание характеризуется возможностью удовлетворения материальных и духовных потребностей людей вне их профессиональной и общественно-политической деятельности [1].

Целью работы является исследование основных особенностей оказания отдельных видов бытовых услуг населению (в частности Брестского района).

Основная функция сферы бытовых услуг – удовлетворение бытовых потребностей населения.

Предприятия бытового обслуживания изготавливают по индивидуальным заказам предметы личного потребления, восстанавливают утраченную потребительскую стоимость предметов домашнего обихода и личного пользования, оказывают личные услуги. К бытовому обслуживанию относят деятельность предприятий и организаций, которые занимаются:

- 1) ремонтом жилья;