

## ОЦІНКА СПОЖИВЧИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ ЛЕГКОВИХ АВТОМОБІЛІВ ЗА ДОПОМОГОЮ ДОРОЖНІХ ВИПРОБУВАНЬ

© Кищун В.А., 2001

**Проведено класифікацію споживчих дорожніх випробувань легкових автомобілів. Розглянуто методики виконання тестів різними організаціями, у тому числі й зарубіжними та проаналізовано переваги і недоліки перших.**

**Наведено приклад використання результатів випробувань через встановлення залежності між ціною і якістю автомобіля. Побудований графік, який дає змогу споживачеві здійснити попередній вибір серед машин, що пропонуються на автомобільному ринку України.**

**The classification of consumer road tests of cars is carried out. The techniques of performance of the tests by different organizations are considered, including foreign, and the advantages and lacks first are analysed. The given example of use of results of tests through an establishment of dependence between the price and quality of the automobile. The constructed diagram, which permits to the consumer to carry out a preliminary choice among cars, which are offered in the automobile market of Ukraine.**

Споживчі випробування легкових автомобілів можна розділити на три основні групи: експертні, ресурсні і дорожні.

Експертні випробування, відомі більше під назвою “тест-драйви”, проводяться безпосередньо майбутнім покупцем, журналістами ЗМІ, залученими експертами-професіоналами, іншими зацікавленими особами з метою оперативної (але суб’єктивної) оцінки споживчих властивостей машини. Тривалість тесту залежить від програми і може складати від кількох хвилин (пробна поїздка довкола автосалону) до кількох годин (100–200 км пробігу), коли за кермом знаходиться експерт.

Ресурсні випробування призначені встановити надійність, у тому числі довговічність автомобіля. Залежно від інтенсивності проведення вони поділяються на прискорені і нормальні. Останні виконуються у звичайному експлуатаційному режимі – пробігові не менше ніж 100 тис. км., тому називаються ще експлуатаційними. Нормальні ресурсні випробування для споживачів проводять, переважно, спеціалізовані періодичні видання. В Україні більше поширення отримали спрощені варіанти таких випробувань, оскільки проходять вони, як правило, під час експлуатації машини членами редакції.

Дорожні або дорожньо-лабораторні випробування ставлять за мету ґрунтовне дослідження якостей автомобіля по 200–300 його параметрах в дорожніх умовах, на полігонах, лабораторіях за допомогою спеціального обладнання протягом кількох днів, що дає можливість одержати більш об’єктивні результати. До дорожніх належать також спеціальні і часткові випробування, коли необхідно оцінити окремі властивості чи параметри авто. Дорожні випробування називаються порівняльними, якщо порівнюються споживчі властивості двох або більше автомобілів.

Загалом, подібні дослідження проводяться незалежними, матеріально добре забезпеченими організаціями, метою діяльності яких є захист прав споживачів. Насамперед це стосується зарубіжних структур, зокрема відомої у США споживчої організації Consumers Union, Британської асоціації споживачів в Європі. У ФРН споживчими випробуваннями автомобілів займається декілька різних організацій, серед яких – Німецький інститут інформації для споживачів, Всенімецький клуб автомобілістів ADAC (Allgemeiner Deutscher Automobilklub), спеціалізований журнал “Auto Bild” та інші. У Польщі власні дорожні випробування проводить тижневик “Auto Swiat” в Росії – часопис “Авторевю”, в Україні – центр незалежних споживчих експертиз, асоціація споживачів. Автомобільні видання не мають ще сьогодні змоги здійснювати повноцінні дорожні випробування. Виняток становить хіба що журнал “Motor News”.

Споживчі випробування автомобілів (поширеніша назва “тести”), які проводять зарубіжні видання, відрізняються за переліком параметрів, методикою оцінки, коефіцієнтом вагомості. Останній може змінюватися як за групою показників, так і всередині кожної групи, зокрема. Наприклад, німецький журнал Auto Bild, польський тижневик Auto Swiat оцінюють автомобілі за 25 позиціями, які рівномірно розподілені між п'ятьма групами: кузов/салон, двигун/трансмсія, їзда/безпека, комфорт і ціна/витрати. Максимальні оцінки однієї позиції знаходяться у діапазоні від 10 до 40 балів, групи параметрів – від 90 до 120, а підсумок результатів тесту становить 500 балів.

Спеціалісти журналу Consumer Reports (орган американської Consumers Union) досліджують автомобіль за динамікою розгону, ефективністю гальм, керованістю, комфортабельністю, безпекою, технічним оснащенням, економічністю і надійністю. Журнал щорічно публікує список авто, які рекомендує купувати своїм читачам.

Часопис Which Британської асоціації споживачів оцінює в автомобілі коробку переміни передач, гальма, кермове керування, зчеплення, сидіння, ергономіку робочого місця водія, простір, хід, опалення, вентиляцію, багажник тощо. Важливими вважаються не колір кузова чи якості стереосистеми, а такі показники, як безпека, зручність органів керування, надійність гальм, оглядовість, шум, розміри салону і багажника.

Значний обсяг роботи з дослідження автомобілів виконує всенімецький клуб ADAC, який об'єднує у своїх рядах мільйони автовласників. На полігонах і випробувальних стендах Німеччини клуб провів тестування більше ніж ста популярних моделей легковиків, які випускалися у 80-х, 90-х роках [1]. Кінцеві результати оброблялися за спеціальною методикою з використанням п'ятибальної шкали по десятиох основних групах параметрів: кузов, багажник, салон, місце водія, безпека, привід, екологічність, динамічні характеристики, комфортабельність і обігрів/вентиляція.

Серед російських періодичних видань автомобільного спрямування ґрунтовним підходом до дослідження транспортних засобів відрізняється московський часопис “Авторевю”. Редакція має у своєму розпорядженні групу експертів, користується професійним вимірювальним обладнанням, як правило, зарубіжного виробництва, а випробування проходять на автополігоні НИЦІАМТ біля міста Дімітрова Московської області.

До 1998 р. редакцією використовувалася методика проведення досліджень, яка нараховувала від 6 до 11 груп параметрів з максимальною оцінкою кожної п'ятьма балами. Споживачу пропонувалася експертна оцінка автомобіля за такими позиціями: зовнішність, інтер'єр, робоче місце водія, зручність для задніх пасажирів, розгінна динаміка, гальмівна динаміка, керованість, плавність ходу, шуми і вібрації, мікроклімат, оглядовість. Доціль-

ність подібної методики була виправданою у випадках, коли порівнювалися автомобілі, спроектовані на одній платформі, стара і нова модель, яка прийшла їй на заміну, автомобілі одного типу або класу з близькими характеристиками, базова і адаптована до конкретних умов експлуатації машини.

Починаючи з весни 1998 р., експерти “Авторевю” розробили нову систему оцінок. Вона дала змогу врахувати питому вагу різних споживчих властивостей автомобіля і робити арифметичне підсумовування одержаних балів з метою розподілу місць у загальному заліку. Адже не можна вважати рівними за значущістю такі параметри, як зручність розміщення пасажирів і гальмівну динаміку чи керованість, оскільки останні характеризують активну безпеку автомобіля, від якої, значною мірою, залежить життя учасників дорожнього руху.

У новій методиці пріоритети були визнані за позиціями, які безпосередньо впливають на активну безпеку автомобіля – гальмівну і розгінну динаміки, керованість. Не менш важливою вважається також ергономіка робочого місця водія, оскільки зручне сидіння, вдало спроектовані і розміщені органи керування, хороша оглядовість дають можливість вчасно зауважити і швидко прореагувати на небезпеку, запобігаючи виникненню аварійної ситуації. Другу за значущістю групу становили показники, що забезпечують їздовий комфорт пасажиром і водію: плавність ходу, віброзахист, шумоізоляція.

Важливість кожного з 14 означених параметрів враховувала його максимальна оцінка. Для автомобілів різних типів і призначення коефіцієнти вагомості дещо різняться. Наприклад, трансформація салону оцінювалася 40–50 балами, робоче місце водія – 80–90, а гальмівна динаміка – сотнею балів. Найбільший сумарний результат для п’яти груп параметрів становив 1000 балів. Їздові якості охоплювали від 28 до 33%, а разом з їздовим комфортом – половину зазначеної суми. Таким чином, основу результатів дорожніх випробувань визначали показники, які характеризували безпеку руху.

Редакція ще одного російського видання “АвтоМир” у 2000 р. випустила каталог тестів 200 легковиків останніх моделей відомих виробників, проведених зарубіжними експертами-професіоналами із власними доповненнями [2]. Автомобілі досліджувалися по більше ніж за 300 критеріями, включаючи дотримання вмісту токсичних речовин у відпрацьованих газах, а витрати пального замірялися і розраховувалися відповідно до останньої директиви 93/116/EG. Результати оцінювалися за п’ятибальною шкалою максимально жорстко: п’ятірка – “дуже добре”, далі “добре”, “задовільно”, “достатньо” і одиниця – “незадовільно”. Для зручності користування їх об’єднали у сім груп:

- |                   |                   |
|-------------------|-------------------|
| 1) кузов;         | 2) салон;         |
| 3) комфорт;       | 4) двигун/привід; |
| 5) ходові якості; | 6) безпека;       |
| 7) екологічність. |                   |

З цією ж метою інші, не менш важливі параметри, були розподілені по основних групах. Наприклад, компоновання і місткість багажника включені у загальну оцінку кузова, а зручність керування і оглядовість – в оцінку салону.

Методика випробувань, запроваджена українським журналом “Motor News”, починаючи з весни 2000 р. під назвою “дорожні випробування”, передбачає звіт у вигляді підсумкової таблиці з балами, виставленими експертами протестованому авто. Система підведення підсумків базується на виборі 242 оціночних параметрів, які характеризують сучасний легковик. Критерії оцінки кожного параметра формуються індивідуально і можуть бути об’єктивними (за принципом: є наявна подушка безпеки чи немає), та суб’єктивними, коли оцінюється дизайн автомобіля, інтер’єр салону.

Очевидно, що публікація результатів оцінки понад двохсот параметрів зайняла б значну журнальну площу і не усі вони, однаковою мірою, були б цікавими для середньостатистичного споживача. Тому журнал обмежився вісьмома блоками, а саме— їзда, безпека, функціональність, комфорт, імідж, дизайн, експлуатація і навколишнє середовище, кожний з яких містить від двох до семи пунктів (разом 37 позицій) та оцінюється в сумі 1000 балів. Розподіл балів у межах блока виконаний залежно від вагомості того чи іншого параметра. Остаточний результат тесту – це середня величина усіх блоків, за умови, що вони рівноцінні між собою.

З метою встановлення співвідношення “ціна/якість” введена також категорія “вартість одного бала”. Вона дає змогу порівнювати автомобілі одного класу і конкретизувати вибір споживача у разі однакових цін або рівних остаточних оцінках двох і більше машин. Ця категорія відіграє особливу роль при проведенні журналом дорожніх порівняльних випробувань під назвою “порівняльний тест”.

Споживчі дорожні випробування можуть бути спеціальними, коли необхідно дослідити автомобіль, наприклад, у конкретних умовах експлуатації чи його здатність перевозити вантажі. Зокрема, зимові випробування автомобілів провідні фірми світу часто проводять у заполярному фінському місті Івало на арктичному полігоні Test World, де температура повітря досягає -30 і менше градусів. Окрім керованості, тягової і гальмівної динаміки, витрат пального оцінюються також токсичність викидів холодного двигуна при запуску, робота опалювача салону, електропідігрівання сидінь, дзеркал, заднього скла і наявність зимового оснащення – зовнішнього термометра, лампи штурмана, люка для перевезення довгих предметів, наприклад, комплекту лиж. Перевага надається таким властивостям, як керованість, гальмівні властивості, робота системи обігрівання салону.

При випробуваннях легких комерційних автомобілів-пікапів до загальноприйнятих параметрів (динаміка, безпека, паливна економічність) додавалися оцінки, які характеризували вантажну платформу, зручність керування в місті, на шосе чи, за наявності повного приводу, по бездоріжжю.

Дорожні випробування вважаються неповними (частковими), якщо необхідно оцінити вплив на окремі властивості автомобіля зміни в конструкції або дослідити один чи кілька заданих параметрів. “Поведінка” авто змінюється залежно від типу встановлених амортизаторів, комплекту спойлерів, шин. Властивості машини будуть залежати від двигунів (бензиновий, дизельний, гібридний) та їх характеристик, коробок переміни передач (механічна, гідромеханічна, варіатор), приводу (передній, задній, повний), форми кузова, розмірів автомобіля (бази, висоти) тощо.

Як часткові дорожні випробування можна кваліфікувати краш-тести принаймні, журнал “Motor News” ввів їх окремою категорією у свою програму досліджень. Краш-тести (crash – з англ. “сильний удар”, “зіткнення”) виконуються з метою оцінити пасивну безпеку автомобіля. Проводяться вони у спеціальних лабораторіях, де з максимальною наближеністю імітуються дорожні умови.

Найбільш відомі споживчі краш-тести у виконанні незалежної міжнародної організації Euro NCAP (European New Car Assessment Programme). EuroNCAP – європейська програма оцінки нових автомобілів – міжнародне некомерційне об’єднання, створене для оцінки удосконалення автомобілів з погляду пасивної безпеки. Серед засновників програми уряди Голландії, Великобританії, Швеції, Міжнародна асоціація споживчих товариств ІЕ, Міжнародна автомобільна федерація FIA, клуб ADAC, Європейська економічна комісія ООН. Такий високий рівень дає змогу об’єднанню бути фінансово незалежним від автомобільних

компаній та об'єктивним в оцінках. І хоча методика проведення випробувань відрізняється від методики, регламентованої відповідними Директивами ЄС, фірми-продуценти уважно слідкують за краш-тестами EuroNCAP, які стали каталізатором процесу підвищення безпеки автомобіля. Під впливом їх результатів впровадження додаткових засобів безпеки відбувається значно швидше ніж це передбачав спочатку завод-виробник.

Дорожні випробування вважаються досить об'єктивними, оскільки переважна більшість результатів отримується за допомогою вимірювальної апаратури, а не суб'єктивної думки експертів, навіть якщо останні – професіонали. Вони становлять для споживача інтерес, а особливо ті з них, які охоплюють велику кількість параметрів автомобіля, починаючи від дизайну та закінчуючи його залишковою вартістю при повторному продажі.

У цьому відношенні непоганою можна вважати програму випробувань, запропоновану журналом “Motor News”. На жаль, вона не позбавлена певних вад і, передусім – це неадекватне врахування вагомості різних параметрів. Однакова оцінка, наприклад, безпеки та іміджу автомобіля занижує цінність остаточних результатів. Ще один “мінус” методики оцінки дорожніх випробувань, прийнятої українським журналом – неможливість оперативно отримати результати по усіх показниках одночасно. Так, категорія “імідж” заповнюється з урахуванням підсумків опитування “Автомобіль року”, а категорії “експлуатація” і “навіколишнє середовище” не заповнюються.

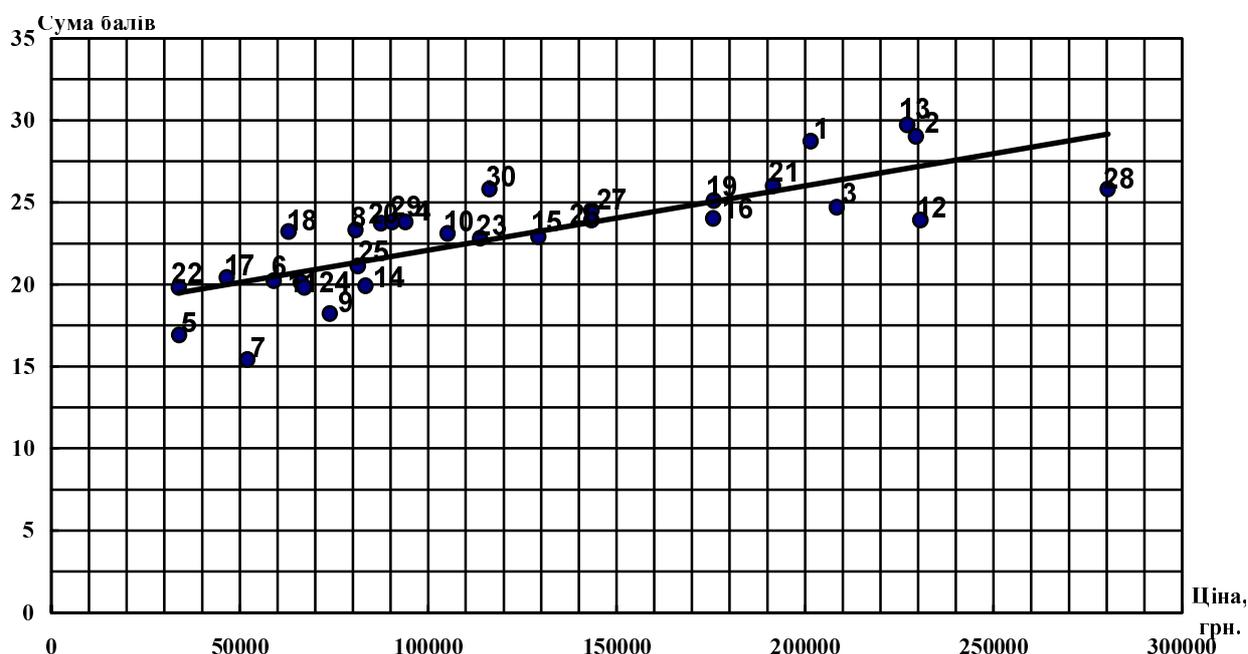
Перераховані недоліки впливають на кінцеву оцінку, яка буде відрізнитися не тільки за даними випробувань, але і через відсутність якоїсь категорії, що, своєю чергою, унеможливає порівняння між собою двох та більше моделей. Зрештою, початок проведення редакцією ґрунтовних досліджень датується весною 2000 р., тому необхідна для аналізу база поки що відсутня. Споживач має невеликий (менше від десятка) вибір серед протестованих журналом автомобілів.

Значно ширшу базу даних мають часопис “Авторевю” (за новою методикою проведено майже 80 дорожніх випробувань), видавництво “Геріон” (понад 100 тестів клубу ADAC), журнал “АвтоМир”, який опублікував у своєму спеціальному випуску результати більше ніж двох сотень тестів. Вітчизняний споживач може ознайомитися з ґрунтовними дослідженнями властивостей автомобілів в усіх перерахованих джерелах. Напевне, він віднайде моделі, які зацікавлять його у першу чергу, їх оцінки, зможе зробити аналіз і порівняння. Останнє, правда, за умови, що це будуть машини одного класу чи типу. У протилежному випадку завдання ускладнюється: при виборі поміж авто різних класів спиратися на загальну суму балів чи вартість одного бала було б некоректно. Інша річ, коли проводити функціонально-вартісний аналіз за допомогою графічної залежності між ціною автомобіля та його якістю (споживчими властивостями).

Для побудови графіка “ціна–якість” вибираються автомобілі (двох і більше класів) та по осі абсцис відкладаються ціни, а по осі ординат – відповідна кількість балів, отриманих під час тестування. Одержаний масив точок методом лінійної апроксимації замінюється прямою, яка і буде шуканим графіком. При подальшому аналізі необхідно враховувати, що автомобілі, які розмістилися на лінії і вище за своїми споживчими властивостями, відповідають назначеній ціні чи навіть перевищують її, і навпаки, моделі, розташовані нижче від проведеної лінії, мають завищену вартість.

Графік дає можливість робити порівняння авто різних класів, які знаходяться в одному ціновому полі. Можна також порівнювати різні типи легковиків, в тому числі, мінівени і позадорожники, побудувавши для кожного свій графік або спільний для усіх. Очевидно, що у першому випадку оцінка буде здійснюватися з врахуванням однакових коефіцієнтів вагомості, в другому – різних.

На рисунку показаний графік “ціна–якість” для легкових автомобілів зарубіжного виробництва, продаж яких здійснювали в Україні у 1999 р. офіційні дилери. За основу взято результати тестів, наведені в каталозі журналу “АвтоМир” із деякими змінами, зумовленими ось чим: за рубежом значна увага приділяється не тільки безпеці автомобіля, але й екології. Зокрема, за німецькими законами, власник більш “чистого” авто отримує досить великі податкові пільги. Для вітчизняного автовласника питання охорони навколишнього середовища ще не вважається пріоритетним, тому результуюча оцінка за екологію враховувалася тільки на 50%. На противагу, введена додатково оцінка за паливну економічність обчислена через витрати пального на 100 км шляху і робочий об’єм циліндрів двигуна легковика, що для українського споживача сьогодні є найважливішим. Результати розрахунків балів для конкретних автомобілів, а також їх ціни в українських дилерів станом на грудень 1999 р., за якими будувався графік, зведені у таблицю.



*Графік “ціна–якість” для легкових автомобілів, які продавалися в Україні офіційними дилерами (номер точки відповідає номеру рядка таблиці)*

Як показує аналіз графіка (див. рисунок), автомобілі Peugeot 406, Subaru Legacy, Toyota Camry за своїми споживчими якостями відповідають сумі, в яку вони оцінені, а Audi A6, Mercedes E270, Volkswagen Passat і деякі інші навіть перевищують її. Тому вони можуть рекомендуватися для придбання потенційному покупцеві. Навпаки, моделі, розташовані нижче від лінії – Daewoo Lanos, Honda Civic, Mazda Xedos 9,

Volvo S80 не відповідають за своїми споживчими властивостями заявленій ціні і мають бути дешевшими.

У конкретних діапазонах цін, наприклад, 50000–70000 грн., кращою ціною пропозицією буде Opel Astra, непоганою – Daewoo Nubira і Kia Clarus, гіршою –

Daihatsu Sirion; для діапазону 80000–95000 грн кращі – Citroen Xara, Ford Focus, Renault Laguna, Volkswagen Golf, непогана пропозиція Toyota Yaris і гірша – Mitsubishi Coit. Окрім того, Laguna належить до класу D, на відміну від Focus, Golf, Xsara – представників класу C.

**Результати тестів легковиків за “АвтоМир”  
з урахуванням паливної економічності**

№ з/п	Марка, модель	Клас авто	Проміжна сума балів	Екологія, балів	Економічність, балів	Остаточна сума балів	Ціна авто, грн.
1	Audi A6 2,5 TDI	E	23,3	2,0	3,4	28,7	201580
2	BMW 530d	E	23,1	2,1	3,8	29,0	229490
3	Chrysler 300M 3,5	E	20,6	1,6	2,5	24,7	208480
4	Citroen Xsara 1,8i 16v	C	20,2	1,6	2,0	23,8	94000
5	Daewoo Lanos 1,5 SX	C	13,9	1,4	1,6	16,9	34040
6	Daewoo Nubira 2,0 CDX	D	17,1	1,2	1,9	20,2	59160
7	Daihatsu Sirion CX	A	13,0	0,9	1,5	15,4	52060
8	Ford Focus 1,6i Trend	C	19,3	2,0	2,0	23,3	80790
9	Honda Civic 1,4i S	C	14,7	1,8	1,7	18,2	74010
10	Hyundai Sonata 2,5i V6A GLS	D	19,3	1,7	2,1	23,1	105200
11	Kia Clarus 2,0 GLX	D	17,0	1,3	1,8	20,1	66215
12	Mazda Xedos 9 2,3i V6 MC	E	20,4	1,5	2,0	23,9	230630
13	Mercedes-BenzE270 CDI Classic	E	23,8	2,3	3,6	29,7	227120
14	Mitsubishi Colt 1600 GLX	B	15,7	2,1	2,1	19,9	83400
15	Mitsubishi Galant GDI 2400GLS	D	18,9	1,5	2,5	22,9	129260
16	Nissan Maxima QX 3,0	E	19,2	1,9	2,9	24,0	175650
17	Opel Corsa City 1,2 16V	B	17,0	1,8	1,6	20,4	46650
18	Opel Astra 1,6 16V Elegance	C	19,5	1,8	1,9	23,2	62950
19	Peugeot 406 2,0 HDI Premium	D	19,8	2,2	3,1	25,1	175830
20	Renault Laguna 1,6 16V	D	19,6	2,2	1,9	23,7	87560
21	Saab 9-5 2,3t SE	E	21,7	2,0	2,3	26,0	191540
22	Skoda Felicia 1,3 GLXi	B	16,3	1,9	1,6	19,8	33880
23	Subaru Legacy2,5GX Limousine	D	19,1	1,4	2,3	22,8	113830
24	Suzuki Baleno 1,3 GL Plus	C	16,2	1,9	1,7	19,8	67240
25	Toyota Yaris 1,0 linea sol	A	17,8	1,9	1,4	21,1	81310
26	Toyota Camry 2,2	D	20,4	1,9	2,2	24,5	143330
27	Volvo V40 2,0	D	19,9	1,9	2,1	23,9	143330
28	Volvo S80 T6 Automatik	E	21,7	1,8	2,3	25,8	280400
29	VW Golf 1,6Highline	C	20,1	1,8	1,9	23,8	90510
30	VW Passat VR5 Comfortline	D	22,1	1,5	2,2	25,8	116370

Інформацію про спеціальні дорожні випробування, коли досліджуються властивості автомобіля з новим силовим агрегатом, комплектом шин, амортизаторів тощо можна сьогодні зустріти й в українській періодиці. Подібні випробування не потребують багато коштів і часу для їх проведення. Навпаки, краш-тести сьогодні ще недоступні для вітчизняних спеціалізованих видань, громадських організацій насамперед через відсутність необхідного обладнання та фінансового забезпечення. Результати таких досліджень доводиться шукати у зарубіжних звітах.

1. *Автокаталог-99: Справочник для автолюбителей.* – СПб., 1998. – 864 с. 2. *Автокаталог - 2000: 200 тестов автомобилей.* – М., 2000. – 200 с.

УДК 658.8

Т.Ю. Кісіль

Національний університет “Львівська політехніка”

## АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РИНКУ РЕКЛАМНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

© Кісіль Т.Ю., 2001

**Здійснено аналіз ринку рекламних послуг в Україні та його інфраструктури, зроблено прогноз розвитку на цьому ринку в цілому та окремих його сегментів.**

**The analysis of the advertising services market in Ukraine and its made the development forecast of this market and its separate segments is proposed.**

Сьогодні в Україні реклама стала такою самою складовою суспільного життя, як телебачення. Неможливо собі уявити, щоб 10–15 років тому під час перегляду кінофільму глядач зазнавав впливу реклами, яка пропонує купити, спробувати, вкласти гроші тощо. Ставлення до цього явища неоднозначне, але це об’єктивна реальність.

Неосвоєність і масштабність українського споживчого ринку створює сприятливий ґрунт для вітчизняних та іноземних фірм, які витрачають значні кошти на рекламу на нових ринках. За оцінками більшості фахівців, ринок реклами як економічне явище виник в Україні у 1992 р. Так, тільки з листопада 1991 р. з’явилися помітні обсяги реклами в пресі (насамперед в газетах “Правда” і “Вісті”), тільки через рік, з осені 1992 р. значних обсягів досягнула реклама на телебаченні [1].

В оцінках місткості рекламного ринку України дані фахівців розходяться. Так, за оцінками різних джерел, у 1991 р. рекламні витрати в Україні не перевищували 1 млн. дол. США (нині це місячний обсяг реклами на нашому телебаченні такої фірми, як “Procter & Gamble”). У 1992 р. місткість рекламного ринку становила приблизно 25 млн. дол. США, в 1993 р. – вже приблизно 100 млн., а у 2000 р. – більше ніж 500 млн. [1].

Нові економічні умови визначили і нове трактування функціональних завдань і кінцевих цілей рекламного менеджменту: основна ціль рекламування – налагодження комунікацій [4].

Для детального аналізу необхідно чітко визначитись з поняттям ринку рекламних послуг (РРП). РРП – це сукупність суб’єктів, що беруть участь у створенні та розповсюдженні реклами.