

УДК 339.13

Грабовський Андрій

Grabovsky Andriy

Науковий керівник: к.е.н., доц. Рожко Н.Я.

Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя

РОЗВИТОК РЕКЛАМНОГО РИНКУ В УКРАЇНІ

ADVERTISING MARKET DEVELOPMENT IN UKRAINE

Розвиток рекламного ринку України відбувається за умови нестабільної політичної та економічної ситуації. Це відображається на бюджетах рекламодавців, що в свою чергу впливає на обсяг коштів, які вкладаються в рекламні кампанії. Але попри це однією з головних тенденцій сучасного розвитку рекламного ринку в Україні є те, що попит на послуги рекламних агенств зі сторони рекламодавців збедільшого перевищує пропозицію.

Завдяки стрімкому розвитку комунікаційних технологій, використанню накопиченого світовими рекламодавцями досвіду у сфері ефективних технологій організації, створення і управління рекламною діяльністю, рекламний ринок України розвивається прискореними темпами.

Якщо у більшості країн рекламний ринок зростав поступово, то в нашій державі більшість рекламних процесів проходили або занадто динамічно, або дуже повільно. Даний факт є однією із причин певного гальмування розвитку рекламного ринку України на фоні інших країн [1].

Сукупність обставин, що складаються на ринку, прийнято називати кон'юнктурою. Кон'юнктура ринку — це сформована на ринку економічна ситуація, що характеризує співвідношення між попитом і пропозицією, рівень цін, товарні запаси та інші економічні показники [2]. Показниками, які характеризують кон'юнктуру рекламної діяльності, є: динаміка витрат

на рекламну діяльність та розподіл цих витрат за різними рекламними носіями, а також кількість агенств, які надають послуги з реклами.

На стан кон'юнктури ринку впливають такі фактори:

- розвиток продуктивних сил;
- рівень товарного виробництва;
- умови формування попиту населення, його обсяги, якість і динаміка;
- рівень цін;
- стан соціального забезпечення населення і його доходи
- духовність суспільства.

На рекламному ринку існує досить інтенсивна конкуренція за рекламну ціну, тому тут важливо бути лідером. Важливим фактором, який також впливає на рекламний ринок, є загальний економічний ріст [3].

На даний момент, важливим чинником розвитку рекламного ринку України є стабілізація економічної та політичної ситуації в країні та впровадження відповідних реформ. Саме ці фактори забезпечать економічну стабільність та визначать подальші перспективи рекламної галузі.

Перелік посилань:

1. Воргуль Т.В. Сучасні тенденції та особливості розвитку рекламного ринку України / Т.В. Воргуль //Управління розвитком. – 2014. – № 1. – С. 14-17
2. Карпов В.А., Кучеренко В.Р. Маркетинг: прогнозування кон'юнктури ринку: навч. посіб. — К.: Т-во "Знання", КОО, 2001. — 10 с.
3. Хаб'юк О. Концептуальні основи медіа-економіки: Монографія /О. Хаб'юк. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка. 2012. – 180 с.