

ДИНАМІКА КОМУНІКАЦІЙНОГО РИНКУ УКРАЇНИ ЗА ВИДАМИ ІНТЕГРОВАНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

Тимохіна Я.О.

Сумський державний університет,

м. Суми

Визначення тенденцій у сфері просування є нагальною проблемою сьогодення, оскільки зміни в зовнішньому середовищі зумовлюють і розвиток комунікацій на підприємствах. Комунікаційний ринок України характеризується стрімким нарощуванням інтеграційних процесів, в результаті чого з'являється новітній інструментарій, який втілюють TTL-комунікації (рис. 1).

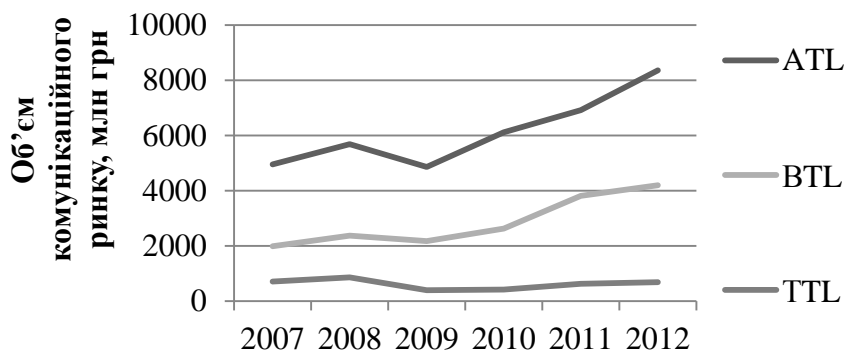


Рисунок 1. Динаміка загального об'єму комунікаційного ринку України за видами інтегрованих маркетингових комунікацій (ІМК) (за даними [2])

Аналіз статистичних даних щодо виявлення тенденцій у сфері витрат організацій, установ та підприємств України на маркетингові комунікації дозволяє зробити висновок про позитивну динаміку розвитку комунікаційного ринку в цілому та за кожним з видів маркетингових комунікацій зокрема, починаючи з 2010 року, що підтверджує й інформація з табл. 1.

Таблиця 1. Темп приросту комунікаційного ринку України за видами ІМК (за даними [2])

Вид ІМК	Темп приросту комунікаційного ринку, %				
	2008	2009	2010	2011	2012
ATL	+0,15	-0,15	+0,26	+0,13	+0,21
BTL	+0,19	-0,08	+0,20	+0,45	+0,10
TTL	+0,21	-0,54	+0,06	+0,51	+0,10

Отже, аналіз динаміки розвитку комунікаційного ринку України свідчить про зростання популярності TTL-комунікацій, темпи приросту яких зрівнялися з BTL-комунікаціями, що підтверджує зростання ролі персоніфікованого нестандартного інструментарію, який забезпечує зворотний зв'язок.

Список літератури

1. Каліна І.І. Аналіз тенденцій розвитку рекламного ринку [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/view/3087/3039>
2. Лазебник М. Объемы рекламно-коммуникационного рынка Украины 2007-2012г. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://adcoalition.org.ua/ru/news>