МІЖНАРОДНИЙ РИНОК РЕКЛАМИ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ

Дудка О.А., Єфремов М.І., Ларка Л. С.
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Процеси цифровізації активно змінюють міжнародний ринок реклами. Нові можливості штучного інтелекту посилюють персоналізацію пропозиції, стрімкий розвиток соціальних мереж обумовлює розвиток рекламних технологій в цій сфері [1]. Міжнародний ринок реклами є висококонцентрованим. Найкрупнішими гравцями на ньому є: WPP (Лондон), Omnicom Group (Нью-Йорк), Publicis Groupe (Париж), Accenture Interactive (Дублін) та Interpublic Group of Cos. (Нью-Йорк) [2].

Виходячи з посилення ролі соціальних мереж у формуванні комунікаційної політики компаній, зростає значення контенту, який вони розміщують на своїх сторінках. Відомі транснаціональні корпорації здебільшого є соціально свідомими, що знаходить відображення у їх контенті. Так, у рекламних роликах висвітлюються моменти відрахування частини виторгу на екологічні заходи, використання у пакуванні продуктів вторинної переробки тощо. Великі можливості в рекламі з’явилися завдяки штучному інтелекту. Новітні технології в цій сфері дозволяють генерувати цікавий контент [3].

Очікується, що міжнародний ринок реклами буде розвиватися за такими напрямами: відбудеться подальша концентрація міжнародного рекламного ринку, оскільки існуючі гравці на цьому ринку є не просто рекламними компаніями, а потужними медіаімперіями з великими бюджетами та професіоналами своєї справи; штучний інтелект суттєво збільшість можливості персоналізації пропозиції за рахунок більш ретельного аналізу купівельної поведінки споживачів, інтересів цільової аудиторії; в рекламних кампаніях буде приділятися увага корпоративним цінностям, що дозволить краще узнати компанію, створити ефект залучення для споживачів.

Таким чином, міжнародний ринок реклами постійно розвивається, максимально ураховуючи можливості цифровізації.

Література:

1. Слєпцов О. О., Прядка А. Є., Ларка Л. С. Особливості рекламної діяльності в системі міжнародного бізнесу. *Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я* : тези доп. 32-ї міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD–2024, [22-25 травня 2024 р.] Харків : НТУ "ХПІ". 2024. С. 889.

2. Рябак В.А., Брензович К.С. Тенденції та перспективи розвитку світового рекламного ринку. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство.* 2023. № 49. С. 132 – 136.

3. Чернишова Л.О. Світовий ринок реклами: основні тенденції розвитку. *Інфраструктура ринку*. 2021. № 56. С. 21 – 25.