

Світлана Домбровська, Вікторія Шведун, Володимир Стрельцов, Кирило Гусаров

## Аналіз перспектив інтеграції українського ринку реклами у світовий рекламний бізнес

Рекламні агентства розширюють та вдосконалюють канали продажів, прискорюють грошовий обіг, таким чином, підвищуючи загальну ефективність функціонування національної економіки та її інтеграції у світову економіку в цілому. У статті зроблено аналіз сучасних тенденцій та майбутніх перспектив управління на українському ринку реклами на світовому рівні. Зокрема, зроблено аналіз сучасної структури світового ринку реклами. Зроблено оцінку ретроспективних тенденцій розвитку українського ринку маркетингових комунікацій. Визначено майбутні об'єми українського ринку реклами. Зроблено прогноз майбутніх об'ємів українського ринку реклами на наступні три роки. В цілому, проведене дослідження дозволяє виявити проблеми сучасного українського ринку реклами та пропонує шляхи вдосконалення державної рекламної політики в Україні.

**Ключові слова:** перспективи, тенденції, ринок реклами, прогнозування, державна політика, Україна

**Класифікація JEL:** M31, M37



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license, що дозволяє повторне використання, розповсюдження та відтворення, забороняє використання матеріалів у комерційних цілях та вимагає наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.

---

Светлана Домбровская, Виктория Шведун, Владимир Стрельцов, Кирилл Гусаров

## Анализ перспектив интеграции украинского рынка рекламы в мировой рекламный бизнес

Рекламные агентства расширяют и совершенствуют каналы продаж, ускоряют денежный оборот, таким образом, повышая общую эффективность функционирования национальной экономики и её интеграции в мировую экономику в целом. В статье сделан анализ современных тенденций и будущих перспектив управления на украинском рынке рекламы на мировом уровне. В частности, сделан анализ современной структуры мирового рынка рекламы. Сделана оценка ретроспективных тенденций развития украинского рынка маркетинговых коммуникаций. Определены будущие объемы украинского рынка рекламы. Сделан прогноз будущих объемов украинского рынка рекламы на следующие три года. В целом, проведенное исследование позволяет выявить проблемы современного украинского рынка рекламы и предлагает пути усовершенствования государственной рекламной политики в Украине.

**Ключевые слова:** перспективы, тенденции, рынок рекламы, прогнозирование, государственная политика, Украина

**Классификация JEL:** M31, M37



Статья находится в открытом доступе и может распространяться на условиях лицензии Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license, что позволяет повторное использование, распространение и воспроизведение, запрещает использование материалов в коммерческих целях и требует наличия соответствующей ссылки на оригинальную версию статьи.