

## 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 витрат 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 напрямками: 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 збільшить 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. Слепцов 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.*