РЫНОК РЕКЛАМЫ УКРАИНЫ

Баглык Н. А.

Научный руководитель: к.э.н., доц. Рахман М. С.
Харьковский национальный университет им. В. Н. Каразина

Рекламная индустрия Украина за 2011 год проявила заметную тенденцию к снижению объёмов продаж во многих отраслях рекламно-коммуникационного рынка. К причинам изменения активности относятся:

1. Ожидание новой волны кризиса.
2. Дефицит рекламных бюджетов.
3. Отсутствие системного мониторинга (для рынка Indoor Video).
4. Инфляционные процессы (индекс потребительских цен на товары и услуги в 2011 году составляют 104,6 % по сравнению с 2010 годом) [1].
5. Несогласованность игроков рынка по ценовой.
6. Снижение активности крупных западных клиентов FMCG.

Значительный прирост объёма продаж на медиа рынке (табл. 1).

Таблица 1

Объём продаж медиа-рынка в 2010-2011 и прогноз на 2012 гг., в млн. грн.

	2010	2011	Прогноз на 2012
ТВ-реклама	2 680	3 327	3 827
Реклама в прессе	2 210	2 436	2 654
Наружная реклама	800	1 000	1 200
Радиореклама	200	271	312
Интернет реклама	280	440	580
Транспортная реклама	108	108	113
ТВ-спонсорство	336	370	425
Внутренняя реклама	81	81	89
Реклама в кинотеатрах	40	32	32
Итого	6 735	8 065	9 232

Заметная разница изменения показателей 2011 г. к 2010 г. наблюдается в сфере интернет рекламы (57%), радиорекламы (35,5%), наружной рекламы (25%) и ТВ-рекламы (24%). Без изменения остались объёмы продаж транспортной и внутренней рекламы, и уменьшение развития рекламы в кинотеатрах (-20%). К концу 2012 г. прогнозируется повышение всех показателей, но тенденция роста будет ниже: 14,5% по сравнению с 2011, в то время как 2011 г. к 2010 г. – 19,7%.

Объёмы рекламы в печатных СМИ характеризуются меньшими показателями как за прошедший 2011 г. так и степенью прироста прогнозируемых продаж на 2012 г. [3]. Печатные СМИ не столь пользуются популярностью, чем медийные, но изменения в данном секторе потерпели изменений: более чем в 2 раза увеличился объёмы продаж классифайдов, на 11,1% прямой полосной рекламы, на 9,6% вложения и только продажи «заказных материалов» уменьшились на 10,06%, что участники рынка хотят компенсировать в текущем году (+11,7%).

В 2011 г. №1 на рынке NON Media по увеличению объёмов продаж является Direct Marketing (на 31%), последнюю же позицию занимает PR –рынок, который не подвергся изменениям. Рост общего объёма рассматриваемого рынка в 2012 г.

уменьшится на 5,3% (процент изменения 2011 г. к 2010 г. – 16%, 2012 г. к 2011 г. – 10,7%) (табл. 2). [2]

Таблица 2

Показатели объемов NON Media в 2010-2011 и прогноз на 2012 гг., в млн. грн. [2]

	2010	2011	Прогноз на 2012
Маркетинговые сервисы	2 001	2 248	2 483
Direct Marketing (mailing, DB management, contact-center)	132	173	211
PR -рынок	282	282	310
Производство рекламных материалов	990	1 090	1 166
Итого	3 405	3 943	4 365

Заключительным итогом по сегментам рынка рекламы является то, что объёмы продаж за 2011 г. намного выше по сравнению с 2010г., но прогнозируемые данные на 2012 г. не столь положительны, т. к. ожидается снижение тенденции увеличения общего объёма рынка рекламы: рост рынка 2011 г. к 2010г. – 18,4 %, 2012 г. к 2011 г. – 13,1 %) [4]. Игроки рынка всё же надеются улучшить своё положение в предвидении чемпионата Европы по футболу и парламентских выборов.

Рекомендации:

- Увеличить рекламную активность в связи с Евро-2012 и парламентскими выборами ко времени прохождения которых будут формироваться политические рекламные бюджеты.

- Поддерживать развитие indoor рекламы в метро и общественных местах с большим скоплением людей, т. к. это одно из наиболее действующих инструментов направленных на незначительный сегмент.

- Чтобы развить сегмент промо и директ-маркетинг рекламодателям следует делать акцент на краткосрочных широкомасштабных мероприятиях, где будут сосредоточены бюджеты крупных компаний в связи с чемпионатом Европы по футболу.

Список использованных источников:

1. Державна служба статистики України - <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Всеукраинская рекламная коалиция - <http://www.adcoalition.org.ua>.
3. REKLAMIST.COM.UA: о рекламе и маркетинге - <http://reklamist.com.ua>.
4. Информационное агентство ЛІГАБізнесІнформ - <http://biz.liga.net>.