

Олена М. Лютак,, Олена В. Баула
СТРУКТУРНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ МЕДІА ІНДУСТРІЇ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА
ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК КРАЇН

Медіаринок належить до структурних елементів міжнародних економічних відносин, що характеризується високим рівнем доходності та значними темпами зростання за рахунок діджиталізації усіх світогосподарських процесів. Глобальні трансформації відбуваються саме під впливом інформаційної революції та доступності інтернет ресурсів для просування своїх товарів та послуг.

Проведене дослідження на основі використання економіко-математичного моделювання підтвердило гіпотезу щодо зв'язку між ВВП та кількістю інтернет-користувачів (у % до кількості населення України). Ринок Digital є потужним інструментом розвитку бізнесу та отримання доходу суб'єктами інформаційного простору. Протягом 2019 року в Україні відбувся значний приріст медіа ринку у сегменті Digital реклами, зокрема цифрове відео у 2019 році в порівнянні з 2018 р. збільшилось на 70%, спонсорство на 30%, пошукові системи на 36%. У зв'язку з проведенням президентських виборів відчутним є зростання прямої реклами на 25% і ТБ-спонсорства на 20%. Наприклад, в ТБ інвентарі політична реклама мала значний вплив на ринок, так як перевищила 12% від загального обсягу за півріччя.

Структурні трансформації медіа ринку призводять до зміни у пріоритетності використання медіа продуктів провідних корпорацій світу та країн. Враховуючи стрімке нарощення споживачів послуг та товарів через систему електронної комунікації слід зазначити перспективність даного ринку та його рентабельність. Значні обсяги продажу товарів через Інтернет перетворили маловідомі комерційні платформи у сучасні гіганти просування продукту (AlibabaGroup, Amazon та ін.). Рівень охоплення Інтернетом слугує індикатором у порівнянні базових умов до просування товарів та економічному зростанні країн. Україні необхідна модернізація економіки та інвестиційні вливання в усі сфери економічної діяльності. Україна активно намагається надолужити пробіли у інформаційній освіті, створити технічні умови для поширення системи комунікації, створення власних медіа-продуктів та продаж їх сусіднім країнам, розвиток інфраструктури та державна підтримка українських національних медіа ресурсів. В цьому закладена основа подальшого інтенсивного зростання в умовах нарощення конкурентоспроможності держави та визначення її місця в системі світогосподарських зв'язків.

Ключові слова: медіа індустрія, структура медіа ринку, валовий внутрішній продукт за видом діяльності «Інформація та телекомунікації», Global B2B, DIGITAL ринок, Digital реклама, Event Marketing and Sponsorship.