

Samchenko A. I.
Master's degree student
National University of Life and Environmental Science of Ukraine
Kyiv, Ukraine

Scientific supervisor: Bondarenko V. M.
Doctor of Economics, Professor
National University of Life and Environmental Science of Ukraine
Kyiv, Ukraine

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF THE ADVERTISING INDUSTRY IN UKRAINE

The advertising industry is an integral part of the modern marketing environment, which is actively transforming under the influence of technological changes and shifts in consumer behavior patterns. In Ukraine, the advertising market is developing in line with global trends; however, it has its own unique characteristics shaped by economic, social, and political factors. The aim of this study is to identify the prospects for the development of the advertising industry in Ukraine, taking into account current challenges and opportunities.

The advertising market in Ukraine is demonstrating gradual growth, driven by the active adoption of digital technologies, shifts in consumer preferences, and the development of programmatic advertising. According to analytical agencies, the share of digital advertising is increasing, outpacing traditional media such as television and print publications.

Key Segments of the Advertising Market:

- Digital Advertising – the dominant sector, including search advertising, social media advertising, video ads, and native advertising;
- TV Advertising – remains an important communication channel, though its effectiveness is declining due to changing consumer habits;
- Outdoor Advertising – gradually adapting to digital formats;

- Print Media Advertising – showing a downward trend due to the decreasing popularity of print media.

The growth of Ukraine's advertising market will largely depend on the following factors:

1. Integration of Artificial Intelligence in Advertising. AI is playing an increasingly significant role in the advertising industry. Machine learning algorithms enable optimized targeting and ad personalization, the use of chatbots for consumer interaction, and the creation of highly efficient automated advertising campaigns.

2. Rising Popularity of Video Content. Video advertising continues to gain traction, particularly on platforms like YouTube, TikTok, and Instagram Reels. Interactive formats such as short videos, live streams, and AR ads allow brands to reach a broader audience and enhance engagement levels.

3. Development of Programmatic Advertising. Programmatic advertising automates the process of purchasing ad inventory in real time, ensuring better budget control and improved campaign efficiency. In Ukraine, this segment is rapidly evolving, especially in mobile advertising and Digital Out-of-Home (DOOH) advertising.

4. Personalized Marketing. Modern consumers expect a personalized approach to advertising. The use of Big Data enables advertisers to analyze consumer behavior and create relevant offers, increasing conversion rates.

Despite positive trends, Ukraine's advertising industry faces several challenges:

- Legislative Restrictions – the need to comply with regulations regarding the protection of personal data and the advertising of alcohol and tobacco products.
- Economic Instability – the impact of economic crises on companies' advertising budgets.
- Competition from Global Platforms – the dominance of Facebook, Google, and TikTok Ads may limit opportunities for local advertising agencies.

The advertising industry in Ukraine is also expected to undergo changes due to new regulations and shifts in social trends. Brands that want to maintain their image and remain successful must take into account issues of advertising ethics, data transparency, and social responsibility. An important aspect will also be responding to new legislative requirements regarding the protection of personal data and digital security, which will become an essential part of advertising campaigns.

The advertising industry in Ukraine has significant potential for development due to digitalization, the use of AI, and personalized marketing. At the same time, achieving sustainable growth requires adapting to new technological trends, ensuring the quality of advertising content, and effectively responding to market challenges. Further research on this topic will help identify new strategies for the development and optimization of advertising campaigns.

References:

1. Zoia Grygorova. Advertising Market of Ukraine Development Under Crisis Condition. Black Sea Economic Studies. 2023. C. 12–15.

2. Рекламно-комунікаційний ринок України: підсумки 2024 і прогноз на 2025 рік | Kyivstar Business Hub. Kyivstar Business Hub – корпоративний блог для бізнесу. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/reklamno-komunikacijnij-rinok-ukrayini-pidsumki-2024-i-prognoz-na-2025-rik>

3. Тренди реклами на 2024 рік, які допоможуть вам у просуванні. Webpromo. URL: <https://web-promo.ua/ua/blog/trendi-reklami-na-2024-rik-yaki-dopomozhut-vam-u-prosuvanni/>



**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ
І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ**



**КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ ТА МІЖНАРОДНОЇ
ТОРГІВЛІ**

МАРКЕТИНГ ТА ЛОГІСТИКА В АГРОБІЗНЕСІ

ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ

V МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

присвяченої 127-річчю заснування
Національного університету біоресурсів і природокористування України

10-11 квітня 2025 року

м. Київ

УДК 658.5/.8:631.1
ББК 65.4
М 25

Збірник тез доповідей укладено за матеріалами V Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг та логістика в агробізнесі», присвяченої 127-річчю заснування Національного університету біоресурсів і природокористування України, яка відбулась на кафедрі маркетингу та міжнародної торгівлі факультету аграрного менеджменту 10-11 квітня 2025 року, м. Київ, Україна.

Редакційна колегія:

Бондаренко В. М., доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі НУБіП України;

Ромат Є. В., д. держ. упр., професор, професор кафедри реклами та зв'язків з громадськістю Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Голова Спілки рекламистів України;

Соколюк К. Ю., кандидат економічних наук, доцент, старший науковий співробітник Державної установи «Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України»;

Рябчик А.В. кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та міжнародної торгівлі НУБіП України.

Маркетинг та логістика в агробізнесі: збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції. За ред. Бондаренка В.М. та Рябчик А.В. Київ: Вид-во НУБіП України. 2025. 173 с.

За зміст наукових праць, достовірність наведених фактів і статистичних матеріалів, прізвищ та цитат, оформлення відповідальність несуть автори

ISBN 978-617-8368-22-7

Національний університет біоресурсів і природокористування України, 2025
© Кафедра маркетингу та міжнародної торгівлі, 2025