

Гибало А.О., Передерій Я.О., студенти
Науковий керівник: Ринейська Л.С., к.е.н., доцент
Полтавський національний технічний університет
ім. Ю. Кондратюка (м. Полтава, Україна)

РОЛЬ РЕКЛАМИ У РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Сучасна економіка все більше набуває глобального характеру. Одним із характерних суб'єктів глобальної економіки є транснаціональні компанії (ТНК). Реклама продукції або послуг цих компаній відіграє значну роль в ефективному функціонуванні ТНК, тому являє собою значний науковий і практичний інтерес і потребує дослідження.

Транснаціональна компанія здійснює міжнародне виробництво на основі прямих іноземних інвестицій та має прямий контроль над своїми закордонними філіями. ТНК є міжнародними компаніями за характером своєї діяльності, так як володіють або контролюють виробництво продукції (або послуг) поза межами країни базування, в різних країнах світу, розташовуючи там свої філії, що функціонують відповідно до глобальної стратегії материнської компанії [1]. Важливу роль в їх діяльності відіграє реклама.

Рекла́ма (лат. *reclamare* — «поновлювати крик, знову кричати, кликати, голосно заперечувати») — спеціальна інформація про осіб чи продукцію, що розповсюджується в будь-якій формі та в будь-який спосіб з метою прямого чи опосередкованого одержання прибутку [2].

Як частина механізму ринкових відносин реклама змушена пристосовуватися до нових умов, змінювати форми, вносити корективи в зміст і методи рекламної діяльності. Виробникам доводиться переглядати технічні та якісні параметри своїх товарів, створювати економічні та екологічно чистіші конструкції і технології, а також вдосконалювати рекламу своєї продукції або послуг.

Технологічний ресурс нового інформаційного середовища відкриває перед рекламодавцями якісно нові можливості. Причому мова йде не тільки про те, що споживачу можна надати практично необмежений обсяг інформації, але і про різний спосіб уточнення тієї групи цільових користувачів, що потенційно може бути зацікавлена в якому-небудь рекламному продукті. Група методів, що дозволяють проводити подібну вибірку, відома під загальною назвою "таргетинг" (target – мішень, ціль).

Найбільш ефективними сьогодні є методи рекламування з допомогою Інтернету, яким користуються майже 12 млн. чоловік. Це прекрасний варіант для зміцнення позицій існуючої торгової марки, тобто її брендинга.

Значний інтерес представляє реклама товарів і послуг найбільших компаній у світі. В першу сотню найдорожчих компаній світу, за версією журналу Forbes, на початок 2016 року, входять організації, зайняті в різних

сферах діяльності. Це і банківська справа, IT-розробки, автомобілебудування, стільниковий зв'язок, видобуток природних копалин і т.д.

До десяти найбільших корпорацій світу належать [3]:

1. Industrial and Commercial Bank of China (ICBC) - найбільший комерційний держбанк КНР. ICBC володіє 5-й частиною банківського сектора Китаю. На кінець 2014 року у фінустанови налічувалося близько 17 460 відділень, а персоналу - 462 282 осіб. Фінансові послуги банку доступні більш ніж 5 млн. корпоративних і 500 млн. індивідуальним клієнтам.

2. Berkshire - холдингова компанія США. Управляє безліччю корпорацій, зайнятих в різних галузях. Заснована в 1955 році шляхом злиття Беркшірської бавовняної і Промислової компанії Hathaway. Сама Berkshire Hathaway зайнята інвестиціями, страхуванням і перестрахованням.

3. JP Morgan Chase - фінансовий конгломерат, заснований після злиття найбільших банків Америки. Історія створення тривала з 1923 по 2000 рік. Діяльність: споживчий і громадський банкінг, комерційний банкінг, управління активами.

4. Exxon Mobil Corporation - американська корпорація, одна з найбільших приватних нафтових організацій в світі. Заснована в 1999 році шляхом злиття нафтокомпаній Exxon і Mobil. Обидві спадкоємиці знаменитого тресту Standard Oil Джона Рокфеллера, монополіста нафтовидобутку з 1870 по 1911 рік. Видобуває нафтопродукти в США, Канаді і на Близькому Сході. Має мережі АЗС в 100 країнах світу, запас - 22,4 млрд. барелів нафти.

5. General Electric - багатогалузева компанія США. Виробляє різну техніку, включаючи локомотиви, енергоустановки (і атомні реактори), газові турбіни, медобладнання, побутову техніку та інше. Заснована в 1878 році винахідником Томасом Едісоном.

6. Wells Fargo – фінансова установа, яка здійснює диверсифіковану фінансову і страхову діяльність в США, Канаді та Пуерто-Ріко. Утворилася в результаті злиття Wells Fargo & Co. і Norwest в 1988 році. Один з перших банків, що дозволив своїм клієнтам отримувати доступ до банківських рахунків через Інтернет, починаючи з 1995 року.

Отже, реклама відіграє важливу роль в міжнародному бізнесі. Вона є необхідною складовою підприємницької діяльності в сучасних умовах і зберігає за собою цей статус і на майбутнє. А пошук нових технологій збуту залишається головною проблемою будь-якого підприємства.

Список використаних джерел

1. Транснаціональна корпорація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki>

2. Реклама [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/>

3. Найбільші компанії світу[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.stevsky.com/reytingi-forbs/spisok-forbs-2016-2000-krupneyshich-kompaniy-mira-za-2015-god>