

*Миколайчук В.С.*

*ст. гр. ФМС-31*

*Науковий керівник: к.е.н., доцент Круп'як І. Й.*

*Тернопільський національний економічний університет*

## **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ В УКРАЇНІ**

Рекламу як засіб маркетингових комунікацій віддавна вважають одним із основних засобів інформування споживачів про товар, нагадування, стимулювання його продажу. В еру інтегрованих комунікацій навички планування та реалізації рекламної стратегії користуються постійно зростаючим попитом.

У сучасному світі Інтернет є всесвітньою мережею зв'язків, яка з'єднує мільйони користувачів комп'ютерів у великій кількості країн. Його динамічний розвиток глобально впливає практично на усі сфери людської діяльності. На сьогодні Інтернет-мережа є інтегральною складовою більшості аспектів людського життя, а завдяки її розповсюдженню та удосконаленню інформаційно-комунікаційних технологій її вплив продовжує швидко зростати.

В Україні Інтернет також швидко розвивається. Станом на січень 2019 р. наша держава входить до першої десятки країн Європи за кількістю Інтернет-користувачів, доступ до всесвітньої павутини мають 22,96 млн. українців (59 % усього населення), до того ж, цей показник із кожним роком стрімко зростає [1].

Оскільки Інтернет використовують більшою мірою як канал інформації, доцільно говорити про нього і як про канал рекламної комунікації. Інтернет виступає порівняно новим засобом розповсюдження реклами, хоча в його сфері перебуває дуже багато галузей. Він надає змогу передавати і візуальні повідомлення, і аудіо, і відео. Реклама в Інтернеті має унікальну рису – вона забезпечує інтерактивне спілкування у режимі реального часу [2].

При більш глибокому розгляді тематики варто зазначити, що рекламна кампанія в Інтернеті може складатися з розміщення різних видів Інтернет-реклами, які варто розглянути детальніше [4].

Медійна реклама – це текстово-графічні матеріали (банери), розміщені на рекламних майданчиках найбільш тематичних порталів, які відвідують потенційні покупці продукції. За багатьма ознаками вона є аналогічною рекламі у друкованих ЗМІ. Однак, наявність у банера гіперпосилання і можливість анімованого зображення значно розширюють можливості впливу медійної реклами.

Контекстна реклама – це реклама, прив'язана до контексту веб-сторінок, на яких її показують (звідси і назва). Можна вважати, що контекстна реклама є найбільш ненав'язливим видом Інтернет-реклами. Переважно у контекстній рекламі використовуються короткі текстові оголошення і оплата здійснюється за кліки на цих оголошеннях (тобто, тільки за реальні переходи на Ваш сайт).

Вона є доволі ефективною для швидкої популяризації нового Інтернет-ресурсу чи генерації миттєвих покупок в Інтернет-магазинах.

Контекстна реклама є одним з найефективніших інструментів продажу товарів або послуг. Основною особливістю контекстної реклами є широкий спектр налаштування показів реклами для найточнішого визначення цільових покупців. Таким чином, певну рекламу побачать тільки зацікавлені користувачі за географічним чи поведінковим, чи будь-яким іншим критерієм сегментування. На сьогодні найбільш популярною в Україні системою контекстної реклами є Google AdWords (70 % у грошовому вимірі замовлень), на другому та третьому місцях – Yandex.Direct і Begun відповідно.

#### Реклама у соціальних мережах

Сучасна соціальна Інтернет-мережа є одним із основних способів спілкування. Вона замінює і радіо, і телебачення, і телефонію. Й чим більше є споживачів, тим ефективнішою є реклама, адже соціальні мережі щоденно відвідують десятки мільйонів споживачів.

Порівняно із традиційною реклама у соціальній мережі може бути потенційно більш ефективною, оскільки не лише рекламує певний товар, бренд чи послугу, а у змозі докладно повідомити про його конкурентні переваги. При цьому саме ця реклама надає індивідуальне звернення до кожного користувача мережі, що істотно зменшує затрати й збільшує ефект рекламування бренду, скільки соціальні медіа надають різноманітні можливості для багатоефективних й при цьому ненав'язливих способів розміщення реклами у соціальних мережах таким чином, щоби вона добре і на певний термін запам'яталася. Основними із таких способів є:

- контентна реклама у соціальних мережах – окрім пошукових систем багато із соціальних мереж надають змогу розмістити контентну рекламу на своїх платформах, й ця реклама вважається найбільш ефективною;

- офіційна сторінка у соціальній мережі. Деякі соціальні мережі надають змогу компаніям відкрити власну офіційну сторінку. Підтримуючи роботу сторінки (здебільшого розміщуючи постійне цікаве контентне наповнення), компанія може залучати більше нових відвідувачів, які є потенційними майбутніми клієнтами;

- прихована реклама у соціальних мережах – це неформальне розміщення реклами. Сюди включають: створення у соціальних мережах груп потенційних клієнтів і споживачів; активну участь у роботі вже створених груп; створення і розміщення вірусного відео чи фото; активне безпосереднє спілкування з Інтернет-відвідувачами; розміщення посилань на сайти тощо.

За світовою статистикою на рекламу у соціальних мережах на сьогодні виділяють близько 14 % бюджетів, відведених на усю Інтернет-рекламу (за дослідженнями спеціалістів Business Insider).

Інтернет-реклама є багатогранним та динамічним у власному розвитку явищем, суспільна вагомість та комерційна спрямованість якого під час його дослідження не повинна замикатись виключно рамками маркетингу як науки. Як засіб комунікації між підприємством і його споживачами вона створює нові

можливості, пов'язані зокрема із персоніфікацією контакту та налагодженням діалогу обох зацікавлених сторін. Як форма міжособової комунікації Інтернет-реклама виступає і засобом самовираження, і засобом формування груп за інтересами. Важливою є її роль також і в інших сферах життя суспільства.

За прогнозами реклама у соціальних мережах стане обов'язковою частиною будь-якої онлайн-стратегії компаній.

Отже, перспективним напрямом подальших наукових досліджень повинно бути визначення впливу реклами у мережі Інтернет на формування поведінки, уподобань та рішень сторін, які розглядаються як її адресати.

#### Список використаних джерел

1. Аудитория интернет-пользователей Украины URL : [http:// www.slideshare.net/nesterenkov/internet-in-ukraine-2019](http://www.slideshare.net/nesterenkov/internet-in-ukraine-2019)
2. Вільям Руделіус, Азарян О.М., Виноградов О.А. та ін. Маркетинг : підручник. Київ : НМЦ "Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні", 2009. – 648 с.
3. Інтернет-реклама URL : <http://https://uk.wikipedia.org/wiki/Інтернет-реклама>.
4. Медійна онлайн-реклама: ТОП рекламодавці та системи розміщення в лютому 2013 URL : [http://watcher.com.ua/ 2019/03/21/mediyna-onlayn-reklama-top-reklamodavtsi-ta-systemy-rozmischennya-v-lyutomu-2019](http://watcher.com.ua/2019/03/21/mediyna-onlayn-reklama-top-reklamodavtsi-ta-systemy-rozmischennya-v-lyutomu-2019).
5. Різновиди Інтернет-реклами URL : <http://www.seolider.net/ua/raznovydnosty-ynternet-reklamyi/>