

3. *Gláucia Fernandes*, Luiz Eduardo Teixeira Brandão Managind uncertainty in product innovation using marketing strategies // JISTEM J.Inf.Syst. Technol. Manag., vol.13, no.2, May./Aug., 2016. [Електронний ресурс] / – Режим доступу: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1807-17752016000200219

4. Інновації в Україні: Європейський досвід та рекомендації для України. — К.: Фенікс, 2011. — 76 с.

УДК 659.138.9

Олександра Анатоліївна Мельникова

к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств,
ДВНЗ «КНЕУ ім. Вадима Гетьмана»,
melnikova_aa@mail.ru

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ РЕКЛАМИ В УКРАЇНІ

ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНТЕРНЕТ РЕКЛАМЫ В УКРАИНЕ

TRENDS AND PROSPECTS FOR DEVELOPMENT OF INTERNET ADVERTISING IN UKRAINE

Анотація. У статті розглянуті основні тенденції розвитку ринку Інтернет-реклами в Україні. Проаналізовано обсяг рекламного ринку в Україні, а також обсяг ринку Інтернет-реклами. Виділено перспективні інструменти використання Інтернет-реклами в Україні

Аннотация. В статье рассмотрены основные тенденции развития рынка Интернет-рекламы в Украине. Проанализирован объем рекламного рынка в Украине, а так же объем рынка Интернет-рекламы. Выделены перспективные инструменты использования Интернет-рекламы в Украине.

Annotation. The main trends in the development of the Internet advertising market in Ukraine are considered in the article. The volume of the advertising market in Ukraine, as well as the volume of the Internet advertising market, has been analyzed. Promising tools for using Internet advertising in Ukraine are highlighted.

В даний час, Інтернет став невід’ємною частиною життя більшої половини активного населення України і світу. Так, згідно з результатом дослідження, проведеного агенцією Factum Group Ukraine на замовлення Інтернет асоціації України (ІнАУ) – частка регулярних користувачів Інтернет у 2016 р. склала 63,1% і вона має стійку тенденцію до зростання: у 2013 р. цей показник становив 53%, а у 2010 р. – 33%. Інтернет вдома є у 61,3% населення України [1]. У зв’язку з чим, можна констатувати факт, що використання Інтернет-технологій для просування бізнесу є дуже актуальним і своєчасним, що потребує уваги науковців та практиків.

З повсюдним поширенням Інтернет-технологій в Україні пов’язано і зміна структури медіа-ринку України у 2015–2016 рр., про що свідчать проведені дослідження Всеукраїнської рекламної коаліції. Так, аналіз структури медіа-ринку України у 2015–2016 рр., дозволяє виділити лідируючі напрямки у рекламі – це ТВ- та Інтернет-реклама. При цьому обсяг рекламного ринку за ТВ- та Інтернет-рекламою має стійку тенденцію до зростання. Так у 2015 р. обсяг ТВ-реклами становив 4161 млн грн, Інтернет-реклами – 2355 тис. грн, реклами в пресі – 1320 млн грн Така структура із зростанням загального обсягу ТВ-та Інтернет-реклами збереглася і у 2016 р.: обсяг ТВ-реклами становив 5676 млн грн, Інтернет-реклами — 3140 млн грн, реклами в пресі – 1130 млн грн При цьому, згідно із прогнозом на 2017 р., обсяг ТВ-реклами збільшиться до 7414 млн грн, а Інтернет-реклами до 4010 млн грн [2].

Якщо ТВ-реклама є для більшості рекламодавців і рекламних агенцій в Україні зрозумілим інструментом, то можливості використання Інтернету для просування товарів і послуг ще не до кінця використовуються у бізнесі. У той же час, аналіз ринку Інтернет реклами за 2015-2016 рр., дозволяє говорити про тенденції росту всіх основних напрямків (табл. 1.)

Таблиця 1

ОБСЯГ РИНКУ ІНТЕРНЕТ РЕКЛАМИ УКРАЇНИ 2015-2016 РОЦІ І ПРОГНОЗ НА 2017 [2]

Напрямок (згідно із класифікацією IAB)	2015 рік млн грн	2016 рік млн грн	Зміни у % 2016/2015	Прогноз на 2017 рік, млн грн	Зміни у % 2016/2017
Пошук (платна видача в пошукових системах), разом із частиною GDN	800	1200	36%	1650	38%
Банерна реклама, об'яви в соціальних мережах, rich медіа	680	750	10%	830	11%
Спонсорство	120	160	33%	180	13%
Мобільна реклама	150	250	67%	370	48%
Цифрове відео, разом із Youtube	325	460	42%	580	26%
Разом ринок за класифікацією IAB	2155	2820	31%	3610	28%
Інший digital	200	320	60%	400	25%
Разом	2355	3140	33%	4010	28%

Проведений аналіз ринку Інтернет реклами за 2015-2016 рр. дозволяє виокремити основні інструменти такої реклами – це пошукова оптимізація та банерна реклама. Згідно із прогнозом на 2017 р., така тенденція зберігатиметься і надалі.

Використовуючи інтернет рекламу, потрібно враховувати, що різні інструменти Інтернет-реклами можуть бути більш ефективними для вирішення одних завдань, і зовсім не ефективні для інших (табл. 2).

Таблиця 2

НАПРЯМИ ЕФЕКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ

	Пошукове просування (SEO)	Контекстна реклама	Банерна реклама	Social Media Marketing	E-mail реклама
Вивести на ринок невідомий товар	-	+/-	+	+	+/-
Отримати швидкий результат	-	+	+/-	+	+/-
Отримати довгостроковий результат	+	-	-	+	+
Таргетувати рекламні повідомлення	+/-	+	+	+/-	+
Організувати повторні продажі	-	+	+	+	+
Обійти рекламні обмеження	+	-	-	+/-	+/-
Заощадити бюджет	+	+/-	-	+/-	+

Дослідження ринку Інтернет реклами дозволяє виділити найбільш поширені і перспективні інструменти Інтернет реклами для розвитку бізнесу в Україні:

- мобільна Інтернет реклама – використання мобільних телефонів, переважно смартфонів, для поширення реклами. Найчастіше мобільна Інтернет-реклама розміщується в додатках для смартфонів (пошта, погода і т.д.) та на мобільних версіях Інтернет-ресурсів. Не дивлячись на те, що частка такої реклами в Україні у 2016 р. становила менше ніж 10 % від загального обсягу Digital-ринку, експерти очікують її впевнене зростання у 2017 р. За оцінками експертів, використання мобільної реклами дозволяє збільшити продажі на 24%. У західних країнах на цей тип реклами витрачається близько 30% бюджетів на Digital. Крім того, починаючи із 2015 р. почала використовуватися технологія онлайн-реклами Real Time Bidding (RTB), що являє собою аукціон рекламних оголошень в реальному часі і дозволяє розширювати горизонти використання мобільної реклами [3];

- e-mail реклама – є універсальним засобом, що дозволяє вирішити основні завдання Інтернет-маркетингу (табл.2), шляхом цілеспрямованої розсилки рекламної інформації. При цьому, перевагою e-mail реклами, є відносно невисокі витрати на її реалізацію. Фахівці радять багато уваги приділяти сегментації, щоб зробити рекламне звернення більш цілеспрямованим;

- контекстна реклама – тип реклами, коли рекламна інформація показується користувачеві у відповідності зі змістом, контекстом Інтернет-сторінки. Контекстна реклама буде ефективною, тільки в разі застосування методів сегментування. Наприклад, сегментувати можна по категорії, характеристикам, за пріоритетами, галузями, по географії. Після сегментування необхідно підібрати ключові слова і налаштувати компанії [4]. Окремим напрямком контекстної інтернет-реклами є реклама в пошукових системах (найбільш популярні в Україні – Google, Yandex);

- social Media Marketing – реклама в соціальних мережах. В даний час, соціальні мережі користуються величезною популярністю серед користувачів Інтернет по всьому світу. Соціальні мережі доцільно розглядати не тільки як майданчик для спілкування і обміну інформацією, а й як інструмент просування бізнесу. В Україні, згідно із проведеними дослідженнями, найбільш популярними соціальними мережами є Facebook і Вконтакте [1];

- відео-реклама – розміщення відео-роликів в мережі Інтернет – стрімко набирає популярність. Уже сьогодні YouTube став другою за величиною соціальною мережею в світі. В даний час, всі рекламні ТВ-ролики транслюються і в Інтернеті, що підвищує ефективність реклами. Відео-реклама в Інтернеті набагато дешевша ніж ТВ-реклама, що робить її привабливою для рекламодавців. Цікавий і оригінальний відео-ролик сприяє його вірусному поширенню. Сприяє поширенню відео-реклами і зростаюча популярність Smart TV із доступом до Інтернету;

- банерна реклама – розміщення графічних і анімаційних зображень, а так само текстової інформації в мережі Інтернет. В даний час набирає популярність в Україні і в світі – RTB – набір технологій, що дозволяють рекламодавцю розміщувати банерну рекламу, націлених на задану аудиторію за аукціонним принципом.

Так, згідно з даними аналізу ринку Інтернет реклами в Україні, можна зробити висновок, що Інтернет-реклама є перспективним і дієвим інструментом просування бізнесу. Тенденції розвитку ринку реклами в Україні свідчить про те, що він поступово переймає світовий досвід використання прогресивних Інтернет технологій. Аналіз глобальних тенденцій розвитку Інтернет-технологій, свідчить про те, що в найближчому майбутньому Інтернет-реклама буде все більш ефективною і різноманітною, і її питома вага серед інших видів реклами буде зростати прискореними темпами.

Література

1. Інтернет Асоціація України: Дослідження інтернет-аудиторії. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://inau.ua/proekty/doslidzhennya-internet-audytoriyi>
2. Всеукраїнська рекламная коалиция: Итоги года 2016. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.adcoalition.org.ua/ckeditor_assets/files/AnnualRep2016.pdf
3. Блог интернет-агентства UaMaster: Минус 25% продаж у тех, кто закрывает глаза на мобайл. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://blog.uamaster.com/mobile-iforum-rtb/>
4. Блог интернет-агентства UaMaster: 8 советов для улучшения вашей контекстной рекламы. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://blog.uamaster.com/strategy-optimization/>