

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОГО МАРКЕТИНГУ

Романчик А.В.

*Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця,
м. Харків*

Електронний маркетинг ефективний засіб рекламної діяльності, який має низку серйозних переваг на відміну від інших видів реклами, хоча і вважається серед них наймолодшим. Перевага інтернет-реклами полягає в легкому впливі на вузькі кола цільової аудиторії, у скороченні відстані між рекламодавцем та споживачем. Тому використання можливостей кіберпростору стає щодалі популярнішим, а ефективність від інтернет-реклами зростає [1]. Інтернет - ідеальний засіб для створення реальних інтерактивних систем, необмежених у часі або рекламній площі. Серед загальних тенденцій слід зазначити бурхливий розвиток соціальних мереж. Соціальні медіа використовуються всюди і кількість реклами в соціальних мережах зростає з надзвичайною швидкістю. Практично кожен місяць в соціальних мережах по всьому світу з'являються нові рекламні інструменти. Facebook, Twitter і LinkedIn вже давно завоювали першість в цій справі, а Instagram, Pinterest та Snapchat швидко набирають обертів [2]. Соціальна мережа змогла створити рекламу, яка стала набагато менш нав'язливою і набагато ефективнішою. Багато брендів визнає соціальну мережу найбільш зручною для експериментів з рекламою. Бюджет реклами в соціальних мережах за останні роки подвоївся по всьому світу. У 2014 році він складав близько 16 млрд доларів США, а вже у 2016 році - 31 млрд. доларів США. На початку 2015 року соціальна мережа Instagram почала співпрацювати зі світовими брендами, щоб перевірити свою рекламу. У перший рік Instagram залучили вражаючі 595 мільйонів доларів. У 2016 році це число подвоїлося. Багато брендів визнає соціальну мережу Facebook найбільш зручною для експериментів з рекламою. На кінець другого кварталу 2016 року Facebook приніс дохід у розмірі 6,8 млрд. дол. США, у порівнянні з 4,3 млрд. дол. США роком раніше. В Україні витрати на рекламу почали зростати з 2015 року. Незважаючи на те, що в Україні і досі велику частку складає класична банерна реклама, протягом 2017 року на 7,9% спостерігалось зростання кількості реклами в соціальних мережах. Отже просування товарів та послуг в Інтернеті за допомогою нових форматів онлайн-реклами відкриває величезні можливості для власників сучасних підприємств.

Література:

1. Інтернет-реклама в Україні: статистика и распределение за 2017 год: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://hi-tech.ua/internet-reklama-v-ukraine-statistika-i-raspredelenie-za-2017-god/>
2. Підсумки року 2017. Всеукраїнська рекламна коаліція: [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <file:///D:/University/курсач/Рекл%20Ринок%20України%20Итоги%202017.pdf>
3. Романчик Т.В. Просування в системі маркетингових комунікацій: методологічні підходи / Т.В. Романчик // Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки). Зб. наук. пр.. – Х.: НТУ «ХПІ», 2017. – С. 26-29.