

## СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ ТА НАПРЯМКИ ЙОГО РОЗВИТКУ

*проф. Ілляшенко С.М., студент Іваницький І.Ю.*

Інтернет-технології набули широкого поширення в сучасному світі. Набуває все більшого значення розвиток бізнесу в мережі Інтернет. Останній дає змогу вийти на якісно новий рівень забезпечення зв'язків між бізнесовими структурами і споживачами. Разом з цим підвищується рівень потреб в ознайомленні споживачів з можливостями Інтернету та наданні їм різного роду послуг з продажу товарів. Цим обумовлені потреби в Інтернет-рекламі.

Розвиваючись та поступово завойовуючи рекламний ринок, Інтернет-реклама вийшла на передові позиції в США. За підсумками 2008 р. Інтернет-реклама займає третє місце за рівнем доходів – 23,45 млрд. дол. Європейські ринки Інтернет-реклами мають аналогічні ситуації до зростання і в 2008 р. мали такі об'єми: Великобританія – 5 млрд. дол., Чехія – 296 млн. дол., Росія – 350 млн. дол., Польща – 160 млн. дол.

Український ринок набрав великих обертів за останні роки. В 2004 р. він оцінювався лише в 1,5 млн. дол. в 2007 р. – 56 млн. дол. Згідно експертних оцінок в 2009 р. спостерігався ріст ринку інтернет-реклами на 89% по відношенню до 2007 р., тобто він склав 105 млн. дол.

Основними замовниками Інтернет-реклами є виробники та продавці електроніки, оператори мобільного зв'язку, автомобільні дилери, банки, продавці нерухомості. Інтернет-реклама направлена на широку аудиторію, котра склала в Україні в жовтні 2009 р. 7 млн. 460 тис. чол. і зросла у відповідності до жовтня 2007 р. на 86,5%.

За структурою ринок Інтернет-реклами складається з медійної, пошукової (контекстної) реклами, реклами в електронній пошті, електронних дошок оголошень, агентських комісій та гонорарів. Основними представниками розміщення даного виду послуг в Україні є «Бігмір-Інтернет», «Мета», «Google», «Яндекс», «Українська Банерна Мережа», «Advertarium», «FISH». В розвитку ринку прослідковуються загальносвітові тенденції до росту пошукової (контекстної) реклами та до зменшення долі банерної (медійної). Банерна реклама виступає більше іміджевим інструментом, тоді як контекстна дозволяє точково діяти на споживача. Ціни на банерну рекламу – 38-147 грн./1000 показів, на контекстну – від 0,5 грн./перехід, електронна пошта – 6 250 грн./тиждень (125 000 відправлень). Останнім часом з'явилися нові досить перспективні формати рекламних повідомлень. До них можна віднести:

1. Rich-media формат – це формат банера нового покоління, який являє собою інтерактивні рекламні ролики, створені за технологією Flash. Перевагами даного формату є: можливість створення інтерактивного рекламного ролика, ефектна анімація, звук, новий цікавий формат, який створює імідж рекламодавця, великий розмір – 600x500 пікселів, можливість створення стильної і неповторної реклами, ставлення до показів, кліків (CTR) істотно вище, ніж у звичайних форматів. 2. «Фонові» реклама – один з найновіших винаходів Інтернет-маркетологів, який полягає в тому, щоб використовувати як задній фон рекламу, а не просто білий фон чи колір. На разі цей вид реклами використовується як іміджева реклама чи позиціонується як альтернатива для анонсів. Автором ідеї такої реклами є американське рекламне агентство AdCamo. 3. Відео реклама – новий вид реклами в Інтернеті за якого до відео файлу (кліпу чи якогось інформаційного відео), спочатку та вкінці додаються невеликі (до 15 секунд) блоки реклами.

Ефективним видом реклами в Інтернеті могло б бути поєднання фонові реклами та можливостей географічного таргетингу. Даний вид реклами можна було б використовувати для рекламування послуг чи продуктів, що надають компанії міста, в якому проживає відвідувач сайту. Наприклад, для просування продукції магазинів техніки, які розміщені в місті Суми. Для цього потрібно розробити унікальний дизайн фонові частини сайту на якому буде розміщуватися дана реклама. Він має бути виконаний в чорно-білих або притушених тонах, для того аби не роздратовувати відвідувача. Таким чином реклама буде більше вписуватись в органічну структуру ресурсу, на якому вона розміщена.

Надання можливості кліка збільшить відгук від даної реклами, оскільки ця функція може використовуватись для безпосереднього переходу на сайт компанії і подальшого замовлення товару, який був на фонові частині рекламного майданчику, як при використанні контекстної реклами.

Однією з особливостей цієї реклами є те, що її потрібно показувати на одному сайті протягом певного періоду часу, оптимальним на нашу думку є період в 7-10 днів. Оскільки часті зміни фону будуть досить помітними для відвідувачів, в них може скластися негативне враження про даний ресурс і про рекламований продукт чи послугу.

Таргетинг буде забезпечувати покази даного рекламного фону лише для жителів міста Суми чи регіону, за вибором рекламодавця. Вартість даної реклами потрібно визначати виходячи з вартості розробки самого фонові зображення, кількості відвідувачів рекламного майданчику та цільовій аудиторії відвідувачів за географічним критерієм.

Ринок Інтернет-реклами знаходиться на стадії інтенсивного росту і є найперспективнішим сегментом рекламного ринку.