

## ЗАСТОСУВАННЯ TTL-КОМУНІКАЦІЙ В УКРАЇНІ

д.е.н., доц. **Божкова В. В.**, студентка гр. *МК-81* **Лях А. В.**

В сучасному, схильному до глобалізації світі вітчизняні ATL- механізми (від англ. *Above the Line* – «над лінією») і BTL- механізми (від англ. *Below the Line* – «під лінією») не вирішують нових завдань, що вимагають комплексних рішень. Інтеграція ATL і BTL відбувається з метою досягнення максимального ефекту. Багато ринків характеризуються надзвичайно високим рівнем конкуренції і щоб виділити продукт з маси подібних необхідно використовувати всі можливі канали. Отже, існує потреба застосування нових механізмів для забезпечення масштабної підтримки товару на ринку і, в той же час, досягнення «свого» споживача.

TTL (від англ. *Through the Line* – «крізь лінію») – рекламний термін, який пов'язує два підходи до сегментації каналів комунікацій: традиційний, що розділяє всі витрати на просування на [ATL](#) і [BTL](#), та інтегрований, який зрівнює в правах всі інструменти просування. TTL – «змішування» декількох каналів комунікації для донесення єдиного рекламного повідомлення. Означає кампанію, в якій одночасно задіяні засоби [ATL](#) і [BTL](#). Саме можливість об'єднання широкого охоплення цільової аудиторії (традиційна мета [ATL](#)) і індивідуального контакту зі споживачем (цілі [BTL](#)) є ключовою перевагою TTL-комунікацій.

В Україні, як і в світі, TTL-комунікації особливо актуальні для сегменту FMCG-ринку (від [англ.](#) *Fast Moving Consumer Goods* – товари повсякденного попиту, які дешеві і швидко продаються). Інша з потреб застосування TTL – сфера ринку [телекомунікацій](#) (в Україні він є одним з тих, що розвиваються найдинамічніше). Проте, прогресивні технології важливі, також, і для нових ринків. TTL-комунікації починають застосовувати у банківській та страховій сферах. Сьогодні на вітчизняному банківському ринку іноземні банки купують українські, ребрендинг є невід'ємною частиною діяльності і у нагоді постають нові комунікаційні технології і, в першу чергу, TTL-комунікації.

Отже, існують перспективи і великі можливості для застосування TTL-комунікацій в Україні, особливо на нових ринках, в нових сферах діяльності.