

УДК 659.111.2:658.84 (043.2)

Засккіна М.Д.

Національний авіаційний університет, Київ

ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА ЯК БІЗНЕС ТА ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГУ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

В епоху інформатизації суспільства Інтернет відіграє чималу роль, як спосіб представлення інформації, що значно відрізняється від традиційних засобів масової інформації інтерактивною природою, високою гнучкістю і масштабністю. Інтернет – це також, глобальний віртуальний електронний ринок, який використовується для ефективного ведення бізнесу, зокрема за допомоги реклами в ньому. Інтернет-рекламу використовують в якості одного з інструментів маркетингу як цілеспрямовану комунікативну діяльність, засновану на всебічній взаємодії в інтернет-середовищі, з метою активізації зацікавленості й спонукання до дій об'єкта реклами, з одного боку, і отримання прибутку або благ – з іншого.

Основні переваги інтернет-реклами як бізнесу та інструменту маркетингу очевидні: використання інтернет-реклами дозволяє одночасно працювати з мільйонами споживачів через розміщення рекламних матеріалів на найбільших порталах; Інтернет працює цілодобово, і це дає доступ до рекламних повідомлень тисячам користувачів в будь-який час, пропонуючи свою продукцію або послугу; витрати на проведення рекламної кампанії в Інтернеті набагато нижчі, ніж в традиційних ЗМІ; гнучкість дає змогу миттєво реагувати на будь-які зміни; Інтернет забезпечує миттєвий зворотний зв'язок від споживачів до компанії, що дає змогу без значних витрат оцінити попит на свій продукт, позитивні та негативні сторони діяльності, виявити потенційних конкурентів і їх сильні сторони, оцінити очікування клієнтів від товару або послуги; можливість аналізу ефективності реклами в Інтернет, і т. д.

Інтернет-реклама, як і будь-який інший інструмент маркетингу, не позбавлений і певних негативних сторін. У першу чергу – блокування реклами та низький рівень довіри, це пов'язано з тим, що в Інтернет дуже легко розмістити будь-якого роду інформацію, недостовірну або таку, що приносить шкоду особі, організації або суспільству в цілому. Сюди ж можна віднести і невелике технічне охоплення, платність доступу, широке поширення тіньових форм активізації споживчого попиту.

Отже, незважаючи на недоліки, інтернет-реклама все ж дозволяє істотно зменшити витрати, пов'язані з реалізацією продукції, розширити канали комунікації зі споживачами, відповідно збільшити обсяг продажів в умовах ненав'язливості рекламною інформації. Інтернет-реклама – майбутнє всієї індустрії реклами. Вона не стоїть на місці, навпаки постійно розвивається, з'являються нові прогресивніші види та форми реклами. З кожним днем реклама стає все більш актуальним способом формування громадської думки щодо того чи іншого продукту або послуги.

Науковий керівник: Гребенніков В.М., канд. істор. наук, професор