

УДК 004.738.5:6591:061 (043.2)

Скляр А.А.

Національний авіаційний університет, Київ

ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Впровадження новітніх інформаційних технологій впливають на всі сфери діяльності підприємств та економіки в цілому. На сьогоднішній день формується новий економічний простір – Інтернет ринок, як система інтерактивних відносин. Глобальна мережа породжує нові форми соціальної та економічної діяльності. У сучасних умовах багато підприємств розвиває свій бізнес через Інтернет, що сприяє розвитку інтернет-реклами.

Інтернет-реклама стоїть в особливому ряду, оскільки є принципово новим засобом реклами, що об'єднує в собі ознаки і способи інших засобів реклами, трансформуючи їх в зручніші та мобільніші види для сприйняття своєю читачською аудиторією. Інтернет-реклама сьогодні є перспективним напрямом, що дозволяє комплексно підійти до питань просування компанії клієнта та її продукції у віртуальному просторі.

Інтернет-реклама являє собою великий комплекс заходів, виконання яких не завжди спрямоване на активну пропозицію товару або послуги. Їй властива цінова різноманітність, яка залежна від місця розміщення реклами, але загалом реклама в Інтернеті має меншу вартість на відміну від більшості видів медіареклами. За допомогою інтернет-реклами можна чітко визначити цільову аудиторію, географію реклами, час показу. Використання специфічно технічних термінів обмежує сферу використання таких визначень і ускладнює їх інтерпретацію в термінах економічних і управлінських дисциплін. Не претендуючи на універсальність, необхідно мати робоче економічне визначення, що повинне оперувати насамперед поняттям «продаж». У цьому сенсі інтернет-рекламу доцільно охарактеризувати як один з найбільш гнучких інструментів у сучасній рекламі з просування й продажу на ринку товарів, послуг. Оскільки до цілей інтернет-реклами можна віднести створення позитивного іміджу підприємства, забезпечення доступності інформації, залучення нових потенційних клієнтів, то таке визначення інтернет-реклами визначає її важливим механізмом підтримки ефективної електронної комерції.

Сьогодні складно переоцінити значення рекламної діяльності як інформаційного потоку, що дозволяє забезпечувати стимулювання попиту та пропозиції на певні види товарів, робіт і послуг. В Україні процес інтеграції Інтернет-середовища знаходиться в стадії зародження, але, незважаючи на труднощі і проблеми, усе більше число торговельних підприємств усвідомлюють нові можливості введення бізнесу в інтернет-середовищі.

Науковий керівник: Юрченко О.А., канд. істор. наук, доцент