

УДК 339.138

Володимир Пилипів

Vladimir Pylypiv

Науковий керівник – к.е.н, професор Федорович Р.В.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**РЕКЛАМА В ІНТЕРНЕТІ ЯК ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ
ADVERTISING ON THE INTERNET AS A TOOL OF MARKETING
DAIRY PLANTS**

Маркетингова діяльність на молокопереробних підприємствах формується з урахуванням специфіки галузі і залежить як від чинників внутрішнього та зовнішнього середовища, так і від мережі Інтернет, яка є важливим інструментом досягнення високих конкурентоспроможних показників підприємства. Своєчасна реклама в Інтернеті для молокопереробних підприємств забезпечує вплив виробника на покупця або посередника для досягнення стимулювання збуту та персонального продажу молокопродукції через інтегровані засоби маркетингових комунікацій. Виявлення залежностей між українськими брендами молокопродукції, їх реклами в Інтернеті як інструменту маркетингової діяльності набуває особливої актуальності для молокопереробних підприємств в умовах модернізації та інтеграції національної економіки, що створює основу забезпечення конкурентоспроможності молокопродукції.

На сьогоднішній день реклама в Інтернеті відноситься до перспективного напрямку, що дає змогу комплексно вирішити питання щодо просування підприємства та його товарів у віртуальному просторі. Реклама в Інтернеті молокопереробних підприємств - це здатність просувати молокопродукцію українських підприємств за допомогою

Інтернет-технологій. Інструменти Інтернет-реклами наведені в табл. 1.

Таблиця 1

**Інструменти Інтернет-реклами в маркетинговій діяльності
молокопереробних підприємств**

Характеристика Інтернет-реклами	Переваги
Контекстна реклама	
Принцип розміщення реклами, коли реклама орієнтується на зміст Інтернет-сторінки вручну або автоматично. Вона може бути у вигляді текстових блоків, відеороликів, може розміщуватися як на сторінках результатів пошуку, так і на сайтах	<ul style="list-style-type: none"> - миттєва видимість у видачі пошукової системи; - «зручний» бюджет (клієнт сам визначає, скільки грошей готовий витратити)
Медійна реклама	
Розміщення текстово-графічних рекламних матеріалів на сайтах, що представляють собою рекламний майданчик. Наявність у банера гіперпосилання, можливості анімованого зображення і можливості дзвінка з банера на мобільний телефон (WOW-call) значно розширюють вплив медійної реклами	<ul style="list-style-type: none"> - дозволяє генерувати попит (залежить від вибору запитів); - впливає на емоції та підсвідомі мотиви; - працює навіть якщо не було переходу на сайт; - дозволяє охопити велику аудиторію.
Реклама на віджетах	
Контент-модуль вбудовується у веб-сторінку або у браузер, який заснований на веб-технологіях, що працюють через браузер: HTML, Flash. Розробляється з розрахунком на те, що блогери, власники сайтів, учасники соціальних мереж будуть вбудовувати віджет в свої сторінки, тим самим забезпечуючи його творця додатковою рекламою	<ul style="list-style-type: none"> - не сприймається як безпосередньо реклама; - має здатність поширюватися; - припускає інтерактивність; - представляє інтерес і користь для користувачів; - постійно оновлюється
SMM (просування в соціальних мережах) та SMO (оптимізація сайту під соціальні мережі)	
Включає створення своєї групи та її подальше просування; інформування учасників про події компанії; підтримка інтересу до групи через розміщення контенту, запрошення до різних подій учасників мережі та інше	<ul style="list-style-type: none"> - постійна підтримка контакту з потенційними клієнтами; - можливість інформування клієнтів про нові пропозиції компанії.

Використання наведених інструментів Інтернет-реклами в маркетинговій діяльності молокопереробних підприємств забезпечить миттєве здійснення ефективних маркетингових досліджень активності брендів молокопродукції, зацікавленість споживача вступити в діалог із рекламодавцем в реальному часі, автоматизувати процеси купівлі-продажу молокопродукції, підвищити ефективність взаємодії покупця і продавця.