

Український державний університет залізничного транспорту

Кафедра маркетингу, комерційної діяльності та економічної теорії

НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ DIGITAL АГЕНЦІЙ НА
РИНКУ РЕКЛАМИ

Пояснювальна записка і розрахунки
до дипломної роботи

МРЕ. 300.01.14. 05

Розробив студент групи 215 –М – Д23
спеціальності 075 «Маркетинг»
(роботу виконано самостійно,
відповідно до принципів академічної
добросовісності)

Олексій КОВТУН

Керівник: доцент, канд. екон. наук

Алла ДЕРГОУСОВА

Рецензент: доцент, канд. екон. наук

Олена СИВОЛОВСЬКА

2025

АНОТАЦІЯ

Актуальність роботи. Для успішної реалізації маркетингової комунікаційної політики з використанням таргетованої реклами на сучасному етапі розвитку суспільства та підприємницької діяльності компаніям необхідно ретельно аналізувати ситуацію, тенденції та перспективи цього рекламного інструменту та будувати свою рекламну діяльність у гнучкому форматі. Це вимагає впровадження в маркетингову діяльність підприємства сучасних рекламних інтернет-технологій. Тому тема дослідження, розкрита в магістерській роботі, є актуальною.

Ключові слова: інтернет-маркетинг, інтернет-реклама, маркетингові комунікації, digital-реклама, ринок інтернет-реклами, рекламні агенції, digital агенції.

Мета роботи – аналіз тенденцій розвитку вітчизняного інтернет-маркетингу та окреслення основних напрямків розвитку на ринку інтернет-реклами.

Об’єкт дослідження – сучасні інструменти інтернет-реклами.

Структура та обсяг роботи становить: 110 с., 17 рис., 16 табл., 3 додатки, 43 інформаційних джерела.

Розділи кваліфікаційної роботи:

У першому розділі «Теоретичні аспекти застосування інструментів Інтернет-маркетингу» розкрито сутність інтернет-маркетингу та його інструменти, визначено поняття інтернет-реклами.

Другий розділ «Аналіз економічної та маркетингової діяльності рекламних агенцій» проаналізовано діяльність основних крупних агентств українського ринку інтернет-реклами.

У третьому розділі «Маркетингові дослідження розвитку українського ринку Інтернет-реклами» зроблено аналіз ринку інтернет реклами в Україні, досліджено конкурентне становище українського ринку реклами в Інтернет, тенденції його розвитку та напрямки подальшого зростання в Україні.

Методи дослідження. В роботі використовувалися загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, а саме: методи теоретичного узагальнення і порівняння; графічний метод, методи причинно-наслідкового та абстрактно-логічного зв'язку; метод систематизації.

ABSTRACT

Relevance of work. In order to successfully implement a marketing communication policy using targeted advertising at the current stage of the development of society and business activity, companies need to carefully analyze the situation, trends and prospects of this advertising tool and build their advertising activities in a flexible format. This requires the introduction of modern Internet advertising technologies into the marketing activities of the enterprise. Therefore, the research topic disclosed in the master's thesis is relevant.

Keywords: Internet marketing, Internet advertising, marketing communications, digital advertising, Internet advertising market, advertising agencies, digital agencies.

The purpose of the work is to analyze trends in the development of domestic Internet marketing and outline the main directions of development in the Internet advertising market.

The object of research is modern Internet advertising tools.

The structure and scope of the work is: 110 pages, 17 figures, 16 tables, 3 appendices, 43 information sources.

Sections of the qualification work:

The first chapter "Theoretical aspects of the application of Internet marketing tools" reveals the essence of Internet marketing and its tools, defines the concept of Internet advertising.

The second section "Analysis of the economic and marketing activity of advertising agencies" analyzes the activities of the main large agencies of the Ukrainian Internet advertising market.

In the third chapter, "Marketing research on the development of the Ukrainian Internet advertising market", an analysis of the Internet advertising market in Ukraine was made, the competitive position of the Ukrainian Internet advertising market, trends in its development and directions for further growth in Ukraine were studied.

Research methods. The work used general scientific and special research methods, namely: methods of theoretical generalization and comparison; graphic method, methods of cause-and-effect and abstract-logical connection; systematization method.

Вступ	5
1 Теоретичні аспекти застосування інструментів Інтернет-маркетингу	7
1.1 Поняття, функції та завдання Інтернет-маркетингу	7
1.2 Застосування інструменти Інтернет-маркетингу в діяльності підприємства	17
1.3 Сутність та аспекти застосування Інтернет-реклами в рамках політики просування на підприємстві	33
2 Аналіз економічної та маркетингової діяльності рекламних агенцій	39
2.1 Характеристика діяльності рекламного digital-агентства Inweb	39
2.2 Характеристика діяльності агентства Webpromo	44
2.3 Характеристика діяльності digital-агентства Netpeak	47
3 Маркетингові дослідження розвитку українського ринку Інтернет-реклами	52
3.1 Сучасний стан українського ринку Інтернет-реклами	52
3.2 Аналіз конкуренції на українському ринку Інтернет-реклами	60
3.3 Перспективи та напрямки розвитку українського ринку Інтернет-реклами	72
Висновки	85
Список використаних джерел	88
Додаток А – Сайт агентства Webpromo	93
Додаток Б – Сайт агентства digital-агентства Netpeak	94
Додаток В – Ілюстративний матеріал до дипломної роботи	95

Список використаних джерел

1. Баран, Р.Я. Оцінка ефективності рекламної діяльності в Інтернет / Баран, Р.Я., Романчукевич М.Й. // Ефективна економіка. 2019. No 7. [URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/7_2019/38.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/7_2019/38.pdf)[DOI:10.32702/2307-2105-2019.7.36](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.7.36). (дата звернення 12.11.2024).
2. Близько 78 % українців щодня користуються Інтернетом. Укрінформ:веб-сайт. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-technology/3497671-blizko-78-ukrainciv-sodna-koristuutsa-internetom.html>(дата звернення 15.11.2024).
3. Бойчук, І.В. Інтернет в маркетингу [Текст] / І.В. Бойчук, О.М. Музика. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 512 с.
4. Голишева, Є.О. Особливості використання інструментів Інтернет-маркетингу на підприємстві [Електронний ресурс] / Є.О. Голишева, Т.В. Кириченко, Я.А. Коваленко // Молодий вчений. – 2014. – № 10 (13) (1). – С. 53 –56. – URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/molv_2014_10\(13\)\(1\)__13.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/molv_2014_10(13)(1)__13.pdf)(дата звернення 10.12.2024).
5. Горбiк, В. Ринок Інтернет-реклами в Україні наздогнав за обсягом традиційну рекламу. Dev.ua: веб-сайт. URL: <https://dev.ua/news/rynok-internet-reklamy-v-ukraini>(дата звернення 12.10.2024).
6. Городняк, І.В. Дослідження таргету як інструменту маркетингових комунікацій / Городняк, І.В., Хоміць Л.-О. І. // Маркетинг і цифрові технології. 2022. Том 6, No 2. С. 7–20.DOI:10.15276/mdt.6.2.2022.1.
7. Денисенко, М. П. Теорія поколінь та який її вплив на сучасний бізнес / Денисенко, М. П., Давиденко Н. В. // Економіка та держава № 1. 2020. С. 46-49. http://www.economy.in.ua/pdf/1_2020/10.pdf (дата звернення 12.11.2024).

8. Євсейцева, О.С. Ринок Інтернет-реклами в Україні: проблеми та перспективи / Євсейцева, О.С., Потеха Д.С. // Київський національний університет технологій та дизайну: веб-сайт. URL: https://knutd.edu.ua/publications/conference/20.03.2015/Evsejzeva_Potyekha_4.pdf(дата звернення 18.11.2024).
9. Інтернет-маркетинг [Електронний ресурс] / Матеріал з Вікіпедії – вільної енциклопедії. – URL: <http://uk.wikipedia.org/wiki/>(дата звернення 12.11.2024).
10. Історія виникнення Інтернету [Web Building]. URL: <http://surl.li/bjltu> (дата звернення 17.11.2024)
11. Князык, Ю.М. Формування лояльності споживачів як один з напрямків збільшення прибутковості підприємства / Князык, Ю.М., Лебідь Т.В. //Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія Менеджмент та підприємство в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2006. № 570. С. 86–90.1.
12. Ковшик, В. І. Оцінка ефективності Інтернет-реклами / Ковшик, В. І., Зубкова А. Б. // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Темат. вип. : Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. Харків : НТУ «ХПІ». 2011. № 39. С. 69-77. http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPIPress/7887/1/vestnik_NPI_2011_39_Kovshyk_Otsinka_efektyvnosti.pdf(дата звернення 10.11.2024)
13. Костянчук, К.В. Розвиток інтернет-маркетингу в умовах індустрії 4.0.Маркетинг і цифрові технології. 2022. Том 6, No 4. С. 61-70.DOI:10.15276/mdt.6.3.2022.6.
14. Кузьменко, А.В. Впровадження Інтернет-маркетингу для просування продукції підприємства (на прикладі ТОВ «Барин»). URL: http://economyandsociety.in.ua/journals/16_ukr/59.pdf (дата звернення 15.11.2024).

15. Ларіна, Я.С. Пріоритети маркетингової діяльності підприємств рекламної галузі на українському ринку. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2020. № 42. С. 23–29.

16. Мальчик, М.В. Реклама в інтернеті: теоретичний аналіз та особливості / Мальчик, М.В., Адасюк І.П. // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія "Проблеми економіки та управління". 2021. Вип. 5, № 1. С. 75-85. DOI: 10.23939/semi2021.01.075.

17. Маркетинг у цифровому середовищі : підручник / Н. Є. Летуновська, Л. М. Хоменко, О. В. Люльов та ін. ; за заг. ред. Н. Є. Летуновської, Л. М. Хоменко. – Суми : Сумський державний університет, 2021. – 259 с.

18. Мачулка, А. Ринок реклами в медіа знизився на 63% у 2022 році. Bazilik media:веб-сайт. URL: <https://bazilik.media/rynok-reklamy-v-media-znyzuvsia-na-63-u-2022-rotsi> (дата звернення 10.12.2024).

19. Мельникова, О.А. Тенденції та перспективи розвитку Інтернет реклами в Україні. Core.ac.uk: веб-сайт. URL:<https://core.ac.uk/download/pdf/84323355.pdf> (дата звернення 15.12.2023).

20. Мороз, Л.А. Інтернет-реклама в Україні: особливості, виклики, перспективи розвитку. / Мороз, Л.А., Косар Н.С., Кузьо Н.Є. //Науковий Вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2018. Вип. 29, Ч. 1. С. 176–181.

21. Названі найпопулярніші сайти в Україні в січні. Liga.Tech:веб-сайт. URL: <https://tech.liga.net/ua/ukraine/novosti/nazvany-samye-populyarnye-saity-v-ukraine-v-yanvare>(дата звернення 18.10.2024).

22. О. Рестарт рекламного ринку відбувається саме зараз. Інтерв'ю із CEO dentsu Ukraine. PG: веб-сайт. URL: <https://thepage.ua/ua/interview/reklamnij-rinok-v-ukrayini-pid-chas-vijni-intervyu-iz-seo-dentsu-ukraine-oleksandrom-gorohovskim>(дата звернення 22.11.2024).

23. Офіційний сайт рекламної агенції Inweb. URL: <https://inweb.ua/ua/> (дата звернення 10.11.2024).

24. Офіційний сайт рекламної агенції Promodo. Promodo.Ua:веб-сайт. URL: <https://www.promodo.ua> (дата звернення 02.12.2024).
25. Офіційний сайт рекламної агенції Netpeak. Netpeak.Net: веб-сайт. URL:<https://netpeak.net>(дата звернення 20.11.2024).
26. Офіційний сайт рекламної агенції SEOMARKET. Seomarket.Ua:веб-сайт. URL: <https://www.seomarket.ua> (дата звернення 20.10.2024).
27. Офіційний сайт рекламної агенції SEO-studio. Seo.Ua:веб-сайт. URL:<https://seo.ua>(дата звернення 20.11.2024).
28. Офіційний сайт рекламної агенції SEO-студія TurboSEO. Turboseo.Net.Ua:веб-сайт. URL:<https://turboseo.net.ua>(дата звернення 20.11.2024).
29. Офіційний сайт рекламної агенції StarMarketing. Star-marketing.com.ua:веб-сайт. URL: <https://star-marketing.com.ua>(дата звернення 20.12.2022).
22. Офіційний сайт рекламної агенції GRAPE Ukraine. Grape.ua:веб-сайт. URL: <https://grape.ua>(дата звернення 20.11.2024).
30. Офіційний сайт рекламної агенції WebPromo. Web-promo.ua: веб-сайт. URL: <https://web-promo.ua>(дата звернення 20.11.2024).
31. Ринок Інтернет-реклами за 2021 зріс на майже на 50% —звіт ВРК. Retailers: веб-сайт. URL:<https://retailers.ua/uk/news/menedjment/12968-ryinok-internet-reklamyi-za-2021-god-vyiros-pochti-na-50--otchet-vrk>(дата звернення 20.11.2024).
32. Семенова, А.В. Інтернет-маркетинг в Україні: передумови виникнення, особливості становлення, перспективи розвитку [Електронний ресурс] / А.В. Семенова // Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». – 2013. – № 10. – С. 413 – 417. – URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/evntukpi_2013_10_69.pdf(дата звернення 21.11.2024).
33. Скіцько, В. І., Антонюк В. О., Бозова Г. В. Моделювання вибору напряму інтернет-реклами. Економіка: реалії часу. 2014. №4(14). С. 164-169.

<https://economics.net.ua/files/archive/2014/No4/164-169.pdf>(дата звернення 19.11.2024).

34. Спасибо, І.А. Щодо історії виникнення глобальної мережі інтернет. URL: <https://ndipzir.org.ua/wp-content/uploads/2014/10/Spasibo7.pdf> (дата звернення 15.11.2024).

35. Топ українських агенцій, які можуть допомогти з маркетингом. URL: <https://www.theantmedia.com/post/top-ukrayinskih-agenciy-yaki-dopomozhut-iz-marketingom> (дата звернення 18.10.2024).

36. Торгівля, маркетинг, реклама : термінол. словник / А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк, І.М. Комарницький ; М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Нац. ун-т «Львів. політехніка». Л.: Вид-во Львів. політехніки, 2011. 312 с.

37. Турчин, Л., Островерхов В. Сучасні тренди Інтернет-маркетингу. Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. 2019. Вип. 24. С. 75-85. <http://dspace.tneu.edu.ua/handle/316497/38298>

38. У 2022 році рекламний ринок впав на 63% –Всеукраїнська рекламна коаліція. Детектор медіа:веб-сайт. URL: <https://detector.media/rinok/article/205650/2022-12-05-u-2022-rotsi-reklamnyu-rynok-vpav-na-63-vseukrainska-reklamna-koalitsiya> (дата звернення 11.10.2024).

39. Ус М.І. Інтернет-маркетинг як інструмент маркетингових комунікацій та складник комерційної діяльності підприємства / М.І. Ус // Економіка і суспільство. Мукачевський державний університет – 2018. – № 15. – С. 482-488.

40. Харчук, О.Тенденції розвитку ринку реклами України. / Харчук О., Черевач С. //Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Вип. 20. С. 622–625.

41. Шпилик, С. Інтернет як ефективний маркетинговий інструмент сучасного підприємства. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/161834337.pdf> (дата звернення 15.11.2024).

42. Цифровий маркетинг – модель маркетингу ХХІ сторіччя: монографія / авт. кол.: М.А. Окландер, Т.О. Окландер, О.І. Яшкіна [та ін.]; за ред. д.е.н., проф. М.А. Окландера. Одеса: Астропринт, 2017. 292 с.

43. Ukrainian Digital Advertisers Insights #1: погляд рекламодавців про ринок реклами в діджиталі в 2021 році та прогнози на 2022-й. ІНАУ. 2021. URL: <http://adcom.inau.ua/2021/12/17/ukrainian-digital-advertisers-insights/> (дата звернення 18.11.2024)