

Секция «Журналистика»

Реклама в казахстанском сегменте сети Интернет. Status quo и прогнозы.

Шарипова Арайлым Ермухаметовна

Студент

*Евразийский Национальный Университет им. Л. Н. Гумилева, Журналистики и
Политологии, Астана, Казахстан*

E-mail: arayu_hope@mail.ru

Интернет-реклама – успешный инструмент продвижения товара, проверенный многими странами, в Казахстане пока серьезно уступает традиционным каналам распространения информации. Однако следует принять во внимание тот факт, что с каждым годом показатель покрытия сетью Интернет возрастает, так в 2008 году всемирная паутина охватывала всего лишь 1% населения республики, а по состоянию на 2011 год количество пользователей возросло до 49,5% (данные рейтингового агентства Tengri Saatchi&Saatchi).

Аналогичную информацию сообщает государственная компания АО «Казконтент», которая специализируется на исследованиях и мониторинге казахстанского интернет пространства[1].

Один из главных недостатков рынка интернет рекламы – отсутствие точной аналитики и статистики, необходимой для рекламодателей. Но по различным оценкам экспертов активная фаза роста наступит после того как заказчики начнут увереннее ориентироваться в новой среде.

После мирового финансового кризиса реклама в РК стала плавно перемещаться во всемирную сеть, об этом свидетельствует суммарное снижение рекламных бюджетов на телевидении, радио и наружной рекламе на 23,3%. По данным экспертов, сравнивших бюджеты крупнейших рекламодателей и инсайдерскую информацию в 2009 году объем рынка интернет рекламы составлял около трех миллионов долларов. Так, в 2008 году эта цифра была не более двух миллионов долларов, а в 2007 – менее миллиона[2].

Итак, рассмотрим основные причины востребованности онлайн рекламы:

- Постоянный и стремительный рост аудитории
- Быстрая окупаемость
- Возможность четкого таргетирования и точечного воздействия на потенциального потребителя
- Доступность размещения на досках объявлений
- Возможность оперативно менять PR-стратегию
- Увеличение товарооборота за счет привлечения клиентской базы за рубежом, возможность ускоренного выхода на международный уровень.

Что касается прогнозов на 2013 год, по данным интернет-агентства MGroup онлайн-реклама составит серьезную конкуренцию печатным СМИ, в связи с растущей популярностью электронных медиа. Для крупных игроков реклама в сети будет хорошим дополнением, а для мелких компаний отличным началом продвижения своих товаров и услуг. Увеличение рекламных бюджетов будет вызвано желанием компаний оказаться на более высоких позициях в поиске, нежели их конкуренты, прирост будет колебаться в рамках 15-25%[2,3]. Также по информации медиа аудиторской компании Ebiquity

реклама в среднем подорожает на 10%, а расценки на интернет-рекламу повысятся на 13-14%.

По самым позитивным прогнозам специалистов Казахстан сможет повторить сценарий Великобритании, ставшей в 2009 году крупнейшим рынком интернет-рекламы, при условии, что продолжится активное внедрение новых технологий и увеличится количество сайтов. На данный момент в казахстанском сегменте интернет пространства насчитывается более 30.000 веб-порталов[3].

Литература

1. <http://ogilvypr.kz/2l7l48>
2. <http://www.profit.kz/news/9345>
3. <http://www.profit.kz/news/5518-Internet-reklama-v-Kazahstane-nabiraet-oboroti/#.US-NvDi9AgN>