

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292. Ефективна економіка. 2025. № 6.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.6.57>

УДК 330.3

*К. В. Чичуліна,
к. т. н., доцент кафедри економіки, підприємництва та маркетингу,
Національний університет
«Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка», м. Полтава
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7448-0180>*

ОПТИМІЗАЦІЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ (НА МАТЕРІАЛАХ ТОВ «АВАТОР ІСП»)

*K. Chichulina,
PhD in Technical Sciences, Associate Professor of the Department of Economics,
Entrepreneurship and Marketing, National University
«Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic», Poltava*

OPTIMIZATION OF ADVERTISING ACTIVITIES AT THE ENTERPRISE (BASED ON MATERIALS FROM AVATOR ISP LLC)

У дослідженні розглядається механізм оптимізації рекламної діяльності на підприємстві (на матеріалах ТОВ «АВАТОР ІСП»). Представлені акценти рекламної діяльності ТОВ «АВАТОР ІСП». Сформовані для товариства практичні інструменти як: зовнішня реклама у міському середовищі, внутрішня реклама, спонсоринг, ведення соціальних мереж, корпоративний веб-сайт, холодні дзвінки, розвиток фірмового

стилю, акції. Представлені недоліки цифрової реклами ТОВ «АВАТОР ІСП та пошуку рекламних інструментів, проблеми рекламної діяльності ТОВ «АВАТОР ІСП», які полягають у відсутності працівника, який би займався рекламною діяльністю, орієнтації виключно на традиційні інструменти рекламної діяльності, недостатніх інвестицій у рекламну діяльність, недостатня активність у соціальних мережах, а також не системний підхід до рекламних заходів. Вирішення цих проблем дозволить ТОВ «АВАТОР ІСП» підвищити результати своєї діяльності. Представлені рекомендації з оптимізації рекламної стратегії, яка базуються на потребах цільової аудиторії та сучасних маркетингових трендах, що включають активне використання соціальних мереж, залучення інфлюенсерів, а також запуск діджитал-реклами. Важливим кроком є залучення кваліфікованого маркетолога соціальних мереж, що дозволить забезпечити систематичне ведення контенту та активну взаємодію з аудиторією, використовуючи інноваційні формати та інтерактивні кампанії. Це допоможе не лише підвищити впізнаваність компанії, але й створити позитивний імідж, що, в свою чергу, збільшить частку ринку ТОВ «АВАТОР ІСП». Важливим є те, що реалізацію рекламних заходів буде проведено у формі пілотного проєкту, який охоплюватиме на початковій стадії виключно м. Полтава, де сконцентрована найбільша кількість абонентів ТОВ «АВАТОР ІСП». ТОВ «АВАТОР ІСП» має значний потенціал для подальшого розвитку. Наразі ТОВ «АВАТОР ІСП» слід працювати над вирішенням слабких сторін, зокрема першочергово необхідно налагодити рекламну діяльність.

The study examines the mechanism of optimization of advertising activity at the enterprise (on the materials of LLC "Avator ISP "). The accents of advertising activity of LLC "Avator ISP " are presented. Practical tools formed for the Company as: outdoor advertising in the urban environment, internal advertising, sponsoring, social networks, corporate website, cold calls, development of corporate identity, promotions. The disadvantages of digital advertising of LLC "Avator ISP " and the search for advertising tools, the problems of advertising

activity, which consist in the absence of an employee who would engage in advertising activity, orientation solely on traditional tools of advertising activity, insufficient investment in advertising, lack of activity in social networks, and non-system activities. Solving these problems will allow LLC "Avator ISP " to increase the results of its activity. Recommendations on optimization of advertising strategy based on the needs of the target audience and modern marketing trends, including the active use of social networks, attracting influencers, as well as launching Digital advertising, are presented. An important step is the involvement of a qualified social networks, which will allow systematic content and active interaction with the audience using innovative formats and interactive campaigns. This will not only increase the company's awareness, but also create a positive image, which, in turn, will increase the share of the LLC "Avator ISP ". It is important that the implementation of advertising measures will be carried out in the form of a pilot project, which will cover the initial stage exclusively in Poltava, where the largest number of subscribers of LLC "Avator ISP " is concentrated. LLC "AVATOR ISP" has considerable potential for further development. The largest prospects for the development of LLC "Avator ISP " have in rural regions, where there is a high demand for stable Internet association and the lack of large competitors. However, to achieve these opportunities, it is necessary to overcome significant investment and technological challenges, in particular in infrastructure in remote areas. At the same time, the external environment imposes risks, especially because of uncertainty caused by war and technological changes, which requires the LLC " Avator ISP " of constant monitoring of the situation and adaptation to new conditions. The key internal problems of LLC "Avator ISP " include: lack of sufficient capital, lack of a separate marketing department, limited budget for marketing and infrastructure development, episodic nature of advertising, and underdeveloped brand. Currently, LLC " Avator ISP " should work on resolving weaknesses, in particular, it is necessary to establish advertising activities first and foremost.

Ключові слова: рекламна діяльність, цифровізація, маркетингові інструменти, цільова аудиторія.

Keywords: Advertising, digitalization, marketing tools, target audience.

Постановка проблеми. Актуальність вивчення рекламної діяльності та шляхів її удосконалення зумовлена стрімким розвитком рекламної сфери, появою нових трендів і технологій, які змінюють підходи до взаємодії з цільовою аудиторією. Сучасні підприємства постійно перебувають у процесі вдосконалення та оптимізації механізму рекламної діяльності, шукаючи ефективніші шляхи комунікації та використовуючи інноваційні інструменти, що дозволяють підвищити впізнаваність бренду та збільшити рівень продажів. Динамічні зміни в споживчій поведінці, розвиток цифрових платформ і популяризація персоналізованого маркетингу вимагають від підприємств адаптації рекламних стратегій до сучасних умов ринку. Додатковим фактором, що стимулює переосмислення рекламної діяльності, є війна, яка зумовила переорієнтацію бізнесу на онлайн-інструменти. Цифрові платформи надають широкі можливості для таргетованої реклами, контент-маркетингу, роботи з соціальними мережами та використання штучного інтелекту для персоналізації рекламних кампаній. В умовах обмежень традиційних рекламних каналів підприємства змушені активно інтегрувати цифрові технології, адаптувати комунікаційні стратегії та оптимізувати рекламні бюджети для досягнення максимальної ефективності. З огляду на вищенаведене можемо констатувати, що тема дослідження є вкрай актуальною на сучасному етапі розвитку нашої держави.

Мета даної роботи полягає у розробці практичних рекомендацій по удосконаленню та підвищенні ефективності рекламної діяльності ТОВ «АВАТОР ІСП».

У межах дослідження до виконання поставлено сукупність наступних завдань: визначити сучасні тренди рекламної діяльності підприємства, як елементи її удосконалення; провести аналіз поточного стану рекламної діяльності товариства; здійснити обґрунтування рекомендацій щодо оптимізації рекламної діяльності ТОВ «АВАТОР ІСП»; оцінити ефективність запропонованих заходів на базі дослідного товариства.

Об'єктом дослідження є процес оптимізації рекламної діяльності на підприємстві. Предметом дослідження є інструменти рекламної діяльності підприємства. Методологічну основу дослідження складає сукупність загальнонаукових, спеціальних та математичних методів, що включають: літературного огляду, узагальнення, класифікації, порівняльного аналізу, системний підхід, SWOT-аналіз, кейс-стаді, експертного оцінювання, методи економіко-статистичного аналізу, графічні та табличні, метод трендового аналізу тощо.

Результати дослідження мають практичну значущість та можуть бути впроваджені у діяльність ТОВ «АВАТОР ІСП» з метою удосконалення рекламної діяльності. Усі запропоновані рекомендації є авторськими, ураховують реальні потреби й можливості ТОВ «АВАТОР ІСП», а також сучасні тренди рекламного ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання рекламної діяльності у науковому дискурсі активно досліджується великою плеядою науковців, маркетологів, економістів, психологів та інших вчених. Увага до даного питання з боку вчених з різних галузей знань зумовлена важливою роллю рекламної діяльності в сучасному бізнесу та суспільстві. Рекламна діяльність нині пронизує всі сфери життя, від комерційних підприємств до культурних та громадських ініціатив. Вона відіграє ключову роль у формуванні споживчих уподобань, стимулює інновації та допомагає підприємствам залучати цільову аудиторію. Можемо виділити науковий доробок таких відомих українських та іноземних вчених як: Кобернюк С., Струнгар А., Завгородня Л. [1], Шашина М.В., Рурак К.М. [2], Решетнікова О., Боровик Т., Сенько І. [3], Ярмолюк О., Фісун Ю., Шаповалова А. [4], Терент'єва Н., Савчук Я., Мільман Л. [5], Рожко В.І., Щелкова А.В. [6], Мозгова Г.В., Ляшевська В.І., Матковська Ю.В. [7], Олексенко Ю.О., Сидоренко О.В. [8], Kotler P. [9] та інші. У їх працях відображено сутність поняття рекламної діяльності, основні її інструменти, підходи до управління, методи оцінки ефективності рекламних кампаній та багато інших важливих

питань. Попри наявність значної наукової бази актуальність подальших досліджень у даній сфері не втрачається. Оскільки в еру цифрових технологій, зростання вимог споживачів, розвитку нових рекламних напрямків та інструментів існує потреба у розробці нових підходів до удосконалення рекламної діяльності підприємства.

Виклад основного матеріалу. ТОВ «АВАТОР ІСП» є одним з інтернет-провайдерів України, який надає послуги стабільного інтернет-з'єднання для юридичних та фізичних осіб. Головним ринком є ринок Полтавської області, однак представництва та агенти ТОВ «АВАТОР ІСП» проводять діяльність також у Сумській, Харківській, Черкаській, Кіровоградській та Дніпропетровській областях. Конкуренція на ринку послуг фіксованого інтернету України та Полтавської області досить високий. ТОВ «АВАТОР ІСП» не є лідером на даному ринку та займає 968 позицію, тобто входить у топ-1000 головних інтернет-провайдерів України. Зважаючи на перспективність даного сегменту ринку та важливе значення для національної економіки ТОВ «АВАТОР ІСП» слід продовжувати розвиватися, впроваджувати інновації. Рекламна діяльність є важливою складовою бізнес-моделі ТОВ «АВАТОР ІСП». Від неї залежать обсяги продажу, кількість абонентів, частка ринку, позиція товариства на ринку, сформований імідж, рівень впізнаності та багато іншого. Як і у випадку маркетингової діяльності ТОВ «АВАТОР ІСП» головною проблемою є епізодичний характер реклами. На дослідному товаристві не має фахівця, який би відповідав виключно за рекламну діяльність, а менеджер по зв'язкам з клієнтами перевантажений безліччю рутинних маркетингових задач. Аутсорсинг рекламних процесів здебільшого на ТОВ «АВАТОР ІСП» зводиться до послуг у розробці рекламних макетів та їх розміщенні у міському середовищі. Ознайомлення з рекламною діяльністю ТОВ «АВАТОР ІСП» дозволило у таблиці 1 виділити основні її інструменти, які застосовуються у тій чи іншій міні дослідним товариством.

**Таблиця 1. Характеристика використовуваних інструментів
рекламної діяльності ТОВ «АВАТОР ІСП»**

№	Назва інструменту	Характеристика
1	2	3
1	Зовнішня реклама у міському середовищі	Товариство розробляє різноманітні листівки, флаєри, промо-матеріали, які розміщують на дошках оголошень, стовпах, розповсюджуються у поштові скриньки жителів багатоповерхівок або ж біля торгових центрів чи інших багатолюдних місць
2	Внутрішня реклама	У офісі товариства знаходиться велика кількість роздаткових рекламних матеріалів, з якими клієнти можуть ознайомитися
3	Спонсоринг	В умовах війни товариство активно використовує даний інструмент шляхом долученням до відновлення мереживих послуг, надання відстрочки платежів, знижок закладам освіти тощо
4	Ведення соціальних мереж	Товариство має офіційні облікові записи в соціальних мережах Instagram та Facebook, через які відбувається комунікація з цільовою аудиторією, відбуваються анонси подій, акцій тощо. Також товариство має телеграм канал, через який ведеться комунікація з клієнтами
5	Корпоративний веб-сайт	ТОВ «АВАТОР ІСП» має власний веб сайт за доменом https://avator.ua/ . На якому міститься інформація про товариство, пропоновані послуги й продукти, контактну інформацію тощо
6	Холодні дзвінки	Даний інструмент зводиться до проведення телефонних дзвінків існуючим клієнтам з акційними пропозиціями, а також потенційним клієнтам. Телефонна база наповнюється шляхом збору контактів під час маркетингових заходів, реєстрації на веб-сайті тощо
7	Розвиток фірмового стилю	Усі працівники ТОВ «АВАТОР ІСП» мають одяг фірмовою символікою товариства, що включає логотип та назву компанії. Також товариство має фірмові бланки з логотипом, а також сувенірну продукцію, а саме канцелярські засоби й чашки
8	Акції	З метою стимулювання збуту послуг та продуктів ТОВ «АВАТОР ІСП» пропонує тимчасові акції для нових клієнтів, зокрема спеціальні умови на перші місяці користування послугами, що включають знижки на тарифні плани

Можемо констатувати, що ТОВ «АВАТОР ІСП» використовує широкий набір інструментів рекламної діяльності. Основний акцент товариство здійснює на зовнішню рекламу, спонсоринг, внутрішню рекламу та холодні дзвінки. Сучасні інструменти рекламної діяльності ТОВ «АВАТОР ІСП» використовує недостатньо. Інтернет-реклама практично не застосовується, а наявність веб-сайту ніяк не виділяє серед конкурентів. Оскільки наявність веб-сайту [10] для кожної компанії уже є необхідністю, а не унікальністю. Слід додати наявність особистого кабінету абонента на веб-сайті ТОВ «АВАТОР ІСП», що дозволяє їм переглядати баланс рахунку, отримувати відповіді від співробітників товариства. Далі більш детально

необхідно розглянути використовувані інструменти рекламної діяльності ТОВ «АВАТОР ІСП», що допоможе виявити потенційні можливості для їх інтеграції та вдосконалення рекламної стратегії, що дозволить досягти більш ефективного просування послуг та продуктів компанії. Враховуючи традиційний характер багатьох використовуваних інструментів, ТОВ «АВАТОР ІСП» слід звернути увагу на інтеграцію сучасних цифрових методів реклами для досягнення кращих результатів.

Одним з основних інструментів рекламної діяльності ТОВ «АВАТОР ІСП» є флаєри, листівки та промо-матеріали. ТОВ «АВАТОР ІСП» випускає рекламні матеріали, які розповсюджуються в місцях масового скупчення людей, таких як торгові центри, житлові комплекси та офісні приміщення. Такі повідомлення містять основну інформацію про послуги, тарифи та акційні пропозиції, що сприяє інформуванню потенційних клієнтів та стимулює їх до звернення за послугами компанії. У залі очікування потенційні клієнти мають можливість ознайомитися з послугами, продуктами ТОВ «АВАТОР ІСП», акційними пропозиціями, перевагами співпраці з досліджуваному товариству. Також при підключенні нового абонента працівник ТОВ «АВАТОР ІСП» обов'язково залишає йому рекламні листівки з детальним описом усіх послуг, які також можуть зацікавити.

Елементи спонсорингу ТОВ «АВАТОР ІСП» почало використовувати з початку війни, коли життєво важлива інфраструктура суттєво постраждала через пошкодження. Різні комунальні заклади, які надають соціальні та освітні послуги стикаються з проблемою достатнього фінансування. У таких умовах фахівці ТОВ «АВАТОР ІСП» на безоплатній основі долучалися до відновлення мережевих послуг, електромонтажних робіт, а також комунальним закладам пропонувала пільгові тарифні плани для безперебійного доступу до мережі Інтернет. Такі заходи у першу чергу спрямовані на формування позитивного іміджу ТОВ «АВАТОР ІСП» та підвищення рівня впізнаності серед цільової аудиторії.

Як зазначалося вище ТОВ «АВАТОР ІСП» має власний веб-сайт створений у привабливому дизайні в кольорах фірмового стилю товариства. На сайті розміщена усі необхідна інформація про товариство, зокрема: послуги, продукти, основні переваги, контактна інформація, спеціальні послуги для бізнесу та партнерів, номери телефонів підтримки, опис тарифних пакетів, містяться відповіді на найбільш поширені питання, офіційні ліцензії та дозволи, які підтверджують якість та надійність послуг й багато іншої корисної інформації. В цілому веб-сайт ТОВ «АВАТОР ІСП» можна оцінити позитивно. Він виконаний у привабливому дизайні, що відповідає фірмовому стилю компанії, а також є зручним та інтуїтивно зрозумілим для користувачів. Вся інформація на сайті викладена в доступній формі, що дозволяє швидко ознайомитись з послугами, продуктами, перевагами компанії та актуальними пропозиціями. Зручна навігація забезпечує легкість у пошуку потрібної інформації, що підвищує ефективність взаємодії з клієнтами та партнерами.

З недоліків веб-сайту ТОВ «АВАТОР ІСП» слід відзначити те, що ним активно не займаються в цілях просування у інтернет-середовищі. ТОВ «АВАТОР ІСП» протягом останніх років не здійснювало SEO-оптимізацію та не використовувало контекстну рекламу. Зокрема, на головній сторінці пошукової системи Google за запитом «підключення постуг інтернету» можна знайти пропозиції таких компаній-конкурентів, як «Воля», «Тріолан», «Київстар», що є головними конкурентами ОВ «АВАТОР ІСП». Однак, у топ-10 результатів пошуку відсутні пропозиції ТОВ «АВАТОР ІСП», що свідчить про відсутність високих позицій у пошукових системах для цього запиту.

Іншим важливим інструментом рекламної діяльності ТОВ «АВАТОР ІСП» є використання соціальних мереж та месенджерів. На рисунку 1 наведено зображення офіційних акаунтів ТОВ «АВАТОР ІСП» у соціальних мережах.

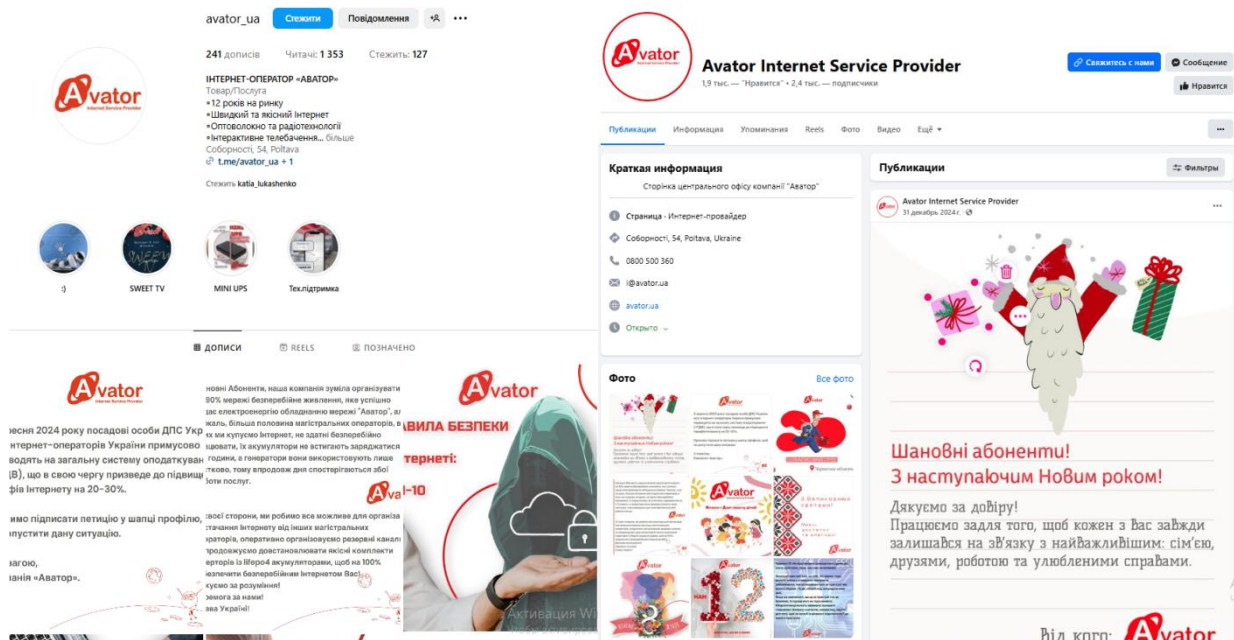


Рисунок 1. Зображення офіційних акаунтів ТОВ «АВАТОР ІСП» у соціальних мережах

Саме у використанні соціальних мереж ТОВ «АВАТОР ІСП» виявлено найбільшу кількість проблем. Оскільки їх ведення фактично звелось лише до реєстрації офіційного акаунту та наповнення його інформацією, щоб відповідати сучасним трендам маркетингового середовища. Проте, інформація на акаунті не оновлюється регулярно, що негативно впливає на ефективність використання соціальних мереж як рекламного інструменту. Відсутність нових постів, сторісів чи актуальних анонсів подій є серйозним недоліком. Нерегулярні публікації, зокрема поодинокі вітання зі святами або випадкові анонси подій, не створюють активної взаємодії з аудиторією, що є основною метою присутності компанії в соціальних мережах.

У таблиці 2 наведено характеристику офіційних акаунтів ТОВ «АВАТОР ІСП» у соціальних мережах.

Таблиця 2. Характеристика офіційних акаунтів ТОВ «АВАТОР ІСП» у соціальних мережах станом на 11.03.2025 р.

Назва соціальної мережі	Домен	Кількість підписників, осіб	Середня кількість уподобань на пости	Останнє оновлення
Instagram	instagram.com/avator_ua/	1353	30	21.08.2024
Facebook	facebook.com/avator.ua/	1900	20	31.01.2024
Telegram	https://t.me/avator_ua	1916	100	27.02.2025

Як бачимо офіційні акаунти ТОВ «АВАТОР ІСП» у соціальних мережах потребують значного вдосконалення. Хоча ТОВ «АВАТОР ІСП» має акаунти в популярних мережах, таких як Instagram, Facebook і Telegram, їх ведення не є регулярним. Останнє оновлення інформації на акаунтах відбулося ще в серпні 2024 року для Instagram та у січні 2024 року для Facebook. Водночас на Telegram-каналі є останнє оновлення від лютого 2025 року, що свідчить про деяку активність, але все ж недостатньо регулярну.

Основною причиною таких недоліків є відсутність належного фінансування для просування соціальних мереж і недостатня увага до цієї важливої частини маркетингової стратегії. Крім того, відсутність спеціаліста, відповідального за ведення та розвиток соціальних акаунтів, значно обмежує потенціал компанії в цьому напрямку. Таким чином, для поліпшення ситуації необхідно інвестувати в розвиток контенту та створення комунікаційної стратегії для соціальних мереж, а також призначити відповідальну особу для цього процесу. Додамо, що ТОВ «АВАТОР ІСП» активно використовує інструмент холодних дзвінків, коли менеджер по роботі з клієнтами здійснює дзвінки до існуючих клієнтів для уточнення рівня задоволеності послугами, а також пропонує акційні пропозиції та додаткові послуги. Під час підключення нових клієнтів, частина з них залишає контакти знайомих, що дозволяє наповнювати телефонну базу потенційних клієнтів. Однак, хоча цей інструмент використовується, на практиці він часто зустрічається негативно, оскільки потенційні клієнти сприймають такі дзвінки як нав'язливі.

Розвиток фірмового стилю ТОВ «АВАТОР ІСП» є важливим елементом корпоративної ідентичності, який сприяє зміцненню бренду та формуванню позитивного іміджу компанії. Усі працівники компанії одягнені у форму, що містить фірмову символіку, зокрема логотип і назву товариства. Це дозволяє створити єдину візуальну ідентичність, яка допомагає споживачам і партнерам одразу впізнати представників компанії. Також корпоративний стиль є невід'ємною частиною ділових зустрічей та

презентацій, адже професійний вигляд співробітників підвищує довіру до компанії.

ТОВ «АВАТОР ІСП» активно використовує фірмові бланки та інші канцелярські засоби з логотипом, що допомагає створювати професіональний вигляд документації та офіційних листів. Компанія також пропонує сувенірну продукцію, таку як чашки та канцелярія з фірмовим дизайном, що не лише слугує додатковим маркетинговим інструментом, але й підвищує впізнаваність бренду серед клієнтів і партнерів. Усі ці елементи сприяють покращенню сприйняття компанії, підвищуючи її видимість на ринку та формуючи відчуття стабільності й надійності.

Також з метою короткострокового стимулювання продаж ТОВ «АВАТОР ІСП» вдається до акцій. ТОВ «АВАТОР ІСП» активно використовує акційні пропозиції як один із інструментів рекламної діяльності для стимулювання попиту на свої послуги та залучення нових клієнтів. Проведення акцій дозволяє компанії привернути увагу потенційних абонентів, пропонуючи їм вигідні умови, такі як безкоштовні періоди перегляду телевізійних каналів та знижки на тарифні плани. Завдяки акціям, клієнти можуть ознайомитися з пропонованими послугами компанії на вигідних умовах, що сприяє їхній лояльності та підвищує шанс на подальше співробітництво. Водночас, такі акції допомагають ТОВ «АВАТОР ІСП» конкурувати з іншими компаніями на ринку та створюють додаткові стимули для залучення нових абонентів. Загальний рекламний бюджет ТОВ «АВАТОР ІСП» в звітному році зростає у першу чергу під впливом інфляції та відповідно підвищення вартості рекламних заходів.

На рисунку 2 наведено розподіл рекламних витрат ТОВ «АВАТОР ІСП» за рекламними інструментами у 2023 р.

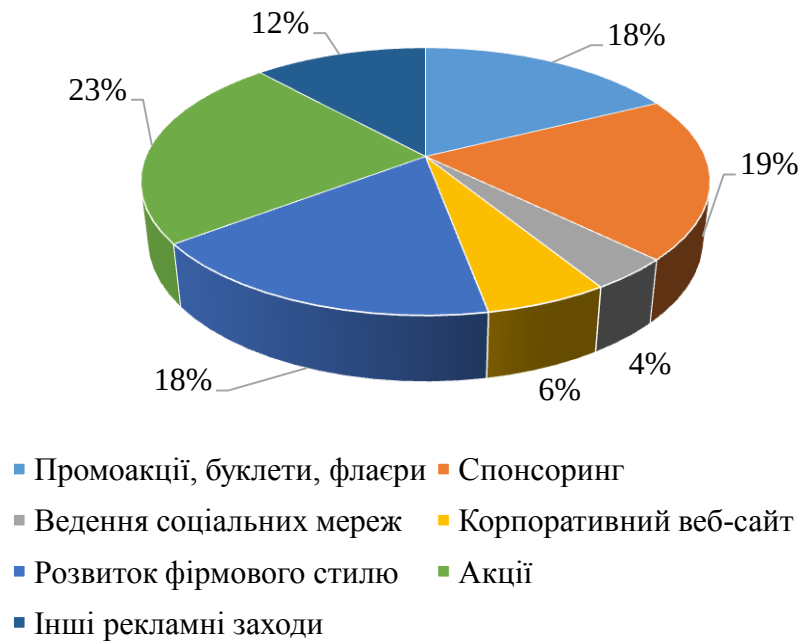


Рисунок 2. Розподіл рекламних витрат ТОВ «АВАТОР ІСП» за рекламними інструментами у 2023 р.

Витрати на корпоративний сайт включали підтримку його працездатного стану, оновлення, оплату за хостинг та домен, підтримку особистого кабінету абонента. Суттєво зросли витрати на спонсоринг з 20 тис. грн. у 2021 р. до 100 тис. грн. у 2023 р. Негативним є зменшення витрат на ведення соціальних мереж з 30 тис. грн. до 20 тис. грн. Це підтверджує той факт, що їх ведення відбувається на низькому рівні, керівництво ТОВ «АВАТОР ІСП» недооцінює їх значення та вплив на залучення клієнтів. На дослідному товаристві віддається перевага традиційним рекламним інструментам, які за нинішніх трендів свою ефективність втрачають. Існує потреба в перегляді підходів до ведення рекламної діяльності.

Далі у таблиці 3 проведено оцінку ефективності рекламної діяльності ТОВ «АВАТОР ІСП». Для цього використано як внутрішні дані товариства, які не відносяться до комерційної таємниці, так і дані аналітичної платформи Youcontrol [11].

**Таблиця 3. Показники оцінки ефективності рекламної діяльності
ТОВ «АВАТОР ІСП»**

Показник	Роки			Абсолютне відхилення 2023 р. від:	
	2021	2022	2023	2021 р.	2022 р.
Частка ринку, %	0,03	0,03	0,03	0	0
Місце компанії на ринку, позиція	1059	1120	968	-91	-152
Чистий дохід від реалізації продукції (послуг), тис. грн.	26066,3	22078,4	32824,6	6758,3	10746,2
Абсолютний приріст виручки за рік, тис. грн.	12984,3	-3987,9	10746,2	-2238,1	14734,1
Відносний приріст виручки за рік, %	99,25	-15,30	48,67	-50,58	63,97
Рекламні витрати, тис. грн.	385	259	510	125	251
Чистий прибуток, тис. грн.	27,2	31,2	537	509,8	505,8
Чистий дохід на 1 грн. рекламних витрат, тис. грн.	67,70	85,24	64,36	-3,34	-20,88
ROI, %	7,06	12,05	105,29	98,23	93,24

ТОВ «АВАТОР ІСП» показує позитивні результати в деяких аспектах рекламної діяльності, але також має ряд проблем. Чистий дохід від реалізації продукції за 2023 рік зріс на 10 746,2 тис. грн, що є значним покращенням порівняно з попередніми роками. Абсолютний приріст виручки також демонструє позитивну динаміку (10 746,2 тис. грн), однак відносний приріст виручки за 2023 рік становить 48,67%, що є більш скромним результатом в порівнянні з попереднім роком. Однак показник ROI в 105,29% вказує на дуже високу ефективність рекламних витрат у 2023 році, що свідчить про відносно високу рентабельність витрат на рекламу.

Проте є й проблеми, які потребують уваги. Частка ринку компанії залишається стабільною (0,03%), і місце компанії на ринку у 2023 р. покращилося і ТОВ «АВАТОР ІСП» увійшло у топ-1000 інтернет-провайдерів України. Попри покращення ТОВ «АВАТОР ІСП» багатьом конкурентам поступається за впізнаністю бренду, кількості абонентів тощо. Вартість рекламних витрат у 2023 році зросла до 510 тис. грн, однак зростання витрат на рекламу не завжди приводить до пропорційного росту

доходу. Показник чистий дохід на 1 грн рекламних витрат знизився на 20,88 тис. грн. у 2023 р., що вказує на зниження ефективності витрат на рекламу, попри зростання загального прибутку. Це свідчить про необхідність оптимізації рекламної стратегії для досягнення ще кращих результатів у майбутньому. На рисунку 3 наведено основні проблеми рекламної діяльності.



**Рисунок 3. Основні проблеми рекламної діяльності
ТОВ «АВАТОР ІСП»**

Таким чином, при здійсненні рекламної діяльності ТОВ «АВАТОР ІСП» акцентує увагу здебільшого на традиційні інструменти: зовнішня реклама у міському середовищі, внутрішня реклама, спонсоринг, ведення соціальних мереж, корпоративний веб-сайт, холодні дзвінки, розвиток фірмового стилю, акції. При цьому цифрова реклама ТОВ «АВАТОР ІСП» ігнорується, акаунти товариства у соціальних мережах регулярно не ведуться, реклама в мережі Інтернет відсутня. Можна припустити, що ТОВ «АВАТОР ІСП» не повноцінно використовує усі можливі рекламні інструменти, а тому має резерви для подальшого покращення.

Зважаючи на виявлену низку проблем у рекламній діяльності ТОВ «АВАТОР ІСП» існує необхідність у розробці рекомендацій для їх

вирішення. При розробці рекомендацій виходимо з трьох положень. По-перше, усі пропозиції повинні бути направлені на вирішення виявлених раніше проблем рекламної діяльності ТОВ «АВАТОР ІСП». По-друге, при розробці пропозицій основний акцент буде здійснено на урахування сучасних трендів маркетингового ринку. По-третє, нововведення повинні враховувати потреби цільової аудиторії дослідного товариства.

Першочергово нами проведено опитування цільової аудиторії ТОВ «АВАТОР ІСП» шляхом анкетування: 100 респондентів у м. Полтава з них 50 % чоловіків та 50 % жінок. Різних вікових груп, основна частка респондентів віком 25-34 років склала 40 %. Опрацювання результатів анкетного опитування показало, що лише 20 % опитаних користуються послугами ТОВ «АВАТОР ІСП» (рис. 4). Отримані результати вказують на низький рівень популярності ТОВ «АВАТОР ІСП» серед опитаних споживачів, що, у свою чергу, підтверджує незначну частку товариства на ринку. Такий показник свідчить про недостатню обізнаність потенційних клієнтів щодо послуг ТОВ «АВАТОР ІСП». Натомість 80 % респондентів володіють інформацією про конкурентів товариства, а саме «Київстар» та «Тріолан». Це свідчить про необхідність активізації рекламної діяльності ТОВ «АВАТОР ІСП» для розширення клієнтської бази.

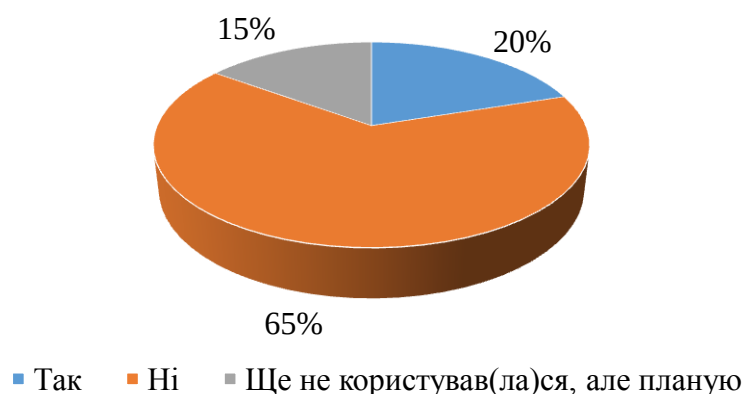


Рисунок 4. Кількість респондентів, які користуються послугами ТОВ «АВАТОР ІСП»

На основі опитування цільової аудиторії визначено канали через які громадяни отримують інформацію про інтернет-провайдерів у м. Полтави. На рисунку 5 сформовано рейтинг цих каналів.

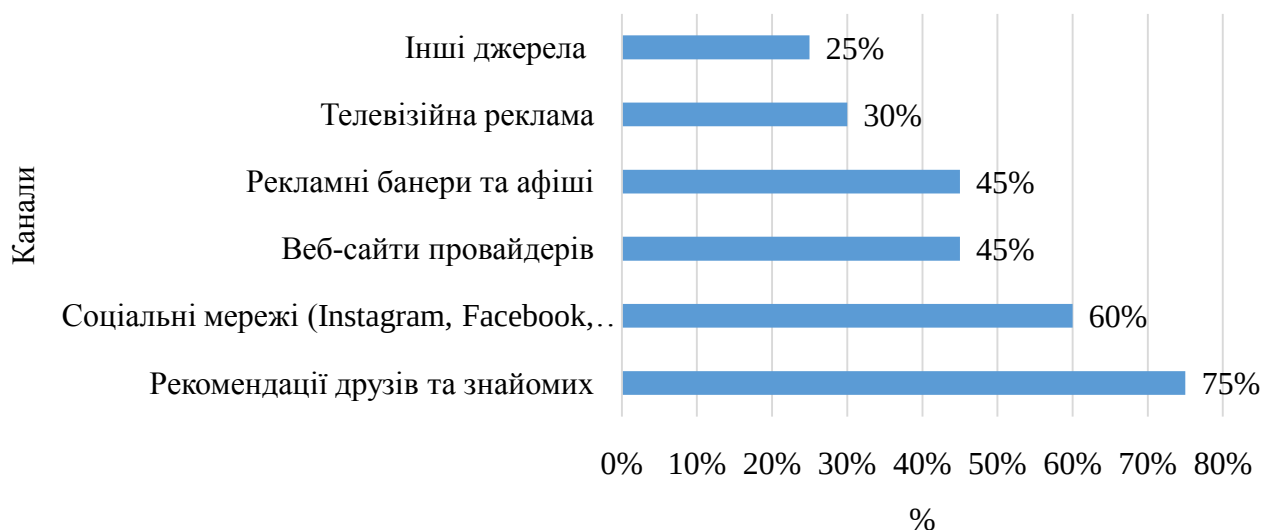


Рисунок 5. Рейтинг каналів через які потенційні клієнти отримають інформацію про інтернет-провайдерів у м. Полтава

У свою чергу респонденти відзначили, що найбільш негативно сприймають такі рекламні заходи як спам у месенджерах, холодні дзвінки та велику кількість рекламних флаєрів у поштових скриньках. Вважаємо за необхідність використання цих рекламних інструментів зменшити, зокрема поширення рекламних флаєрів. Від таких малоефективних заходів як холодні дзвінки та спам у месенджерах взагалі відмовитися. Оскільки часто такі дії не приносять жодної користі ТОВ «АВАТОР ІСП», а лише дратують потенційних клієнтів. Необхідна не нав'язлива та креативна реклама послуг та продуктів ТОВ «АВАТОР ІСП». Лише 45% респондентів чули про ТОВ «АВАТОР ІСП» до проведення цього опитування. Це свідчить про низький рівень обізнаності потенційних клієнтів, що потребує активних заходів для підвищення впізнаваності бренду ТОВ «АВАТОР ІСП». Цього можна досягнути завдяки ефективній рекламній діяльності, одночасного симбіозу декількох сучасних інструментів рекламної діяльності. Також у межах опитування було визначено, що переважна більшість респондентів дізналися

про ТОВ «АВАТОР ІСП» через рекламні флаєри у поштових скриньках, а саме 40 % серед тих, які раніше чули про діяльність товариства. Ще 30 % отримали інформацію через рекомендацію друзів у якості відгуків за якісні інтернет послуги. Лише 10 % опитаних респондентів вказали соціальні мережі як головного носія інформації про ТОВ «АВАТОР ІСП». Це підтверджує недостатнє використання можливостей соціальних мереж під час рекламної діяльності товариства. Також респондентам питання щодо змін, які б вони хотіли бачити в рекламній діяльності ТОВ «АВАТОР ІСП». На рисунку 6 ранжування рекомендацій від цільової аудиторії щодо поліпшення рекламної діяльності.



Рисунок 6. Ранжування рекомендацій від цільової аудиторії ТОВ «АВАТОР ІСП» щодо поліпшення рекламної діяльності

Висновки та рекомендації. У статті аналізуються можливі шляхи оптимізації рекламної діяльності ТОВ «АВАТОР ІСП». Зокрема, результати ранжування рекомендацій від цільової аудиторії щодо покращення рекламної діяльності свідчать про те, що найбільш пріоритетним напрямом є розширення присутності у соціальних мережах, що підкреслює важливість активної комунікації з потенційними клієнтами в онлайн-просторі. Наступними за значущістю є запуск інтерактивних рекламних кампаній та збільшення кількості акційних пропозицій, що вказує на потребу в залученні споживачів через цікаві формати взаємодії та вигідні умови. Менш

актуальними, на думку респондентів, є організація онлайн-активностей, проведення партнерських заходів або меншу зацікавленість аудиторії в подібних ініціативах.

На підставі результатів опитування цільової аудиторії товариства, сучасних маркетингових трендів, а також реальних проблем ТОВ «АВАТОР ІСП» і його можливостей нами запропоновано ряд рекомендацій щодо удосконалення рекламної діяльності. У таблиці 4 представлені дані рекомендації, а нижче буде здійснено їх коротке обґрунтування.

Виявлено, що ТОВ «АВАТОР ІСП» потребує залучення SMM-маркетолога для систематичного та професійного ведення соціальних мереж.

Як висновок відмітимо, що ТОВ «АВАТОР ІСП» слід залучити інфлюенсерів для просування своїх послуг. Вибір інфлюенсерів з невеликою кількістю підписників, але активними блогами, що зараз активно розвиваються, є дуже перспективним. Такий підхід забезпечить більшу довіру до рекламних матеріалів, адже їхня аудиторія зазвичай більш залучена і вірить рекомендаціям таких інфлюенсерів, оскільки вони виглядають більш автентично і доступно. До того ж, інфлюенсери з меншою кількістю підписників часто пропонують свої послуги за більш привабливими цінами, що дозволить ТОВ «АВАТОР ІСП» отримати ефективну рекламну кампанію за менший бюджет. Також важливим фактором є вибір місцевих інфлюенсерів, які мають активну аудиторію саме у м. Полтава або околицях. Це дозволить забезпечити більш точне таргетування і досягнути високої ефективності рекламних кампаній серед цільової аудиторії. Місцеві блогери краще розуміють потреби своєї аудиторії, мають більше особистих зв'язків і можуть створювати більш релевантний контент, який підвищить залученість і конверсії. Таким чином, партнерство з такими інфлюенсерами дозволить ТОВ «АВАТОР ІСП» підвищити ефективність своїх рекламних заходів і зменшити витрати на просування.

**Таблиця 4. Рекомендації для удосконалення рекламної діяльності
ТОВ «АВАТОР ІСП»**

№	Рекомендації	Заходи реалізації
1	Залучення на постійній основі маркетолога соціальних мереж (SMM)	Підбір кваліфікованого фахівця з досвідом роботи у сфері SMM
		Розробка контент-плану з урахуванням специфіки товариства
		Регулярне наповнення акаунтів у соціальних мережах
2	Розширення присутності у соціальних мережах	Використання Stories, Reels, коротких відео та інших форматів для підвищення залученості
		Створення рубрик із корисною інформацією, акційними пропозиціями та відгуками клієнтів
		Організація онлайн-конкурсів та інтерактивних опитувань для стимулювання активності аудиторії
3	Залучення інфлюенсерів для просування послуг ТОВ «АВАТОР ІСП»	Підбір локальних блогерів та лідерів думок, які мають активну аудиторію середньо цільових клієнтів
		Укладання угод про довгострокову співпрацю для створення оглядів, рекомендацій та участі в рекламних кампаніях
		Проведення спільних акцій з інфлюенсерами (розіграшів, промокодів на знижку)
4	Активне використання діджитал-реклами	Запуск контекстної реклами в пошукових системах (Google Ads) для залучення користувачів, що активно шукають відповідні послуги
		Використання таргетованої реклами в соціальних мережах для точного охоплення цільової аудиторії
		Налаштування ретаргенту для повторного залучення користувачів, які уже відвідували сайт товариства
		Підготовка рекламних банерів та відеореклами з акцентом на послуги й переваги товариства
5	Розробка чіткої рекламної стратегії	Визначення ключових інструментів рекламної діяльності та рекламних форматів для максимального охоплення потенційних клієнтів
		Розробка плану рекламних кампаній із зазначенням термінів реалізації, бюджету, відповідальних осіб
		Регулярний моніторинг ефективності рекламних заходів та внесення корективів для покращення результатів

Література

1. Кобернюк С., Струнгар А., Завгородня Л. Аналіз ролі та ефективності використання штучного інтелекту у вдосконаленні персоналізованої реклами та взаємодії з аудиторією. *Економіка та суспільство*. 2024. № 61. URL:

<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3834> (дата звернення: 08.05.2025).

2. Шашина М. В., Рурак К. М. Вплив соціальних мереж на ефективність збутової діяльності підприємств: порівняльний аналіз. *Інвестиції: практика та досвід*. 2024. № 13. С. 96-100.

3. Решетнікова О., Боровик Т., Сенько І. Маркетинг в соціальних мережах як інструмент просування бренду та підвищення обсягів збуту. *Економіка та суспільство*. 2024. № 65. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4513> (дата звернення: 07.05.2025).

4. Ярмолюк О., Фісун Ю., Шаповалова А. Соціальні мережі як сучасний інструмент просування. *Підприємництво та інновації*. 2020. № 11-2. С. 62-65.

5. Терент'єва Н., Савчук Я., Мільман Л. Використання цифрових медіа та соціальних мереж у маркетингових кампаніях: ефективність і ризики. *Економіка та суспільство*. 2024. № 59. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3402> (дата звернення: 07.05.2025).

6. Рожко В. І., Щелкова А. В. Цифрові маркетингові інструменти в рекламній кампанії на зовнішніх ринках. *Проблеми економіки*. 2024. № 2. С. 191-197.

7. Мозгова Г. В., Ляшевська В. І., Матковська Ю. В. Offline- та online-інструменти реклами: сутність, переваги та недоліки використання. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. Вип. 1 (28). 2021. С. 25-31.

8. Олексенко Ю. О., Сидоренко О. В. Рекламна діяльність підприємства та напрями її удосконалення. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2020. № 2. С. 147-154.

9. Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya, and Iwan Setiawan. 2021. *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Hoboken, NJ: Wiley. 756 p.

10. Офіційна веб-сторінка ТОВ «АВАТОР ІСП». URL: <https://avator.ua/> (дата звернення: 09.05.2025).

11. Youcontrol. URL: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/39908038/ (дата звернення: 09.05.2025).

References

1. Koberniuk, S. Strunhar, A. and Zavhorodnia, L. (2024), “Analysis of the role and effectiveness of artificial intelligence in improving personalized advertising and audience interaction”, *Ekonomika ta suspil'stvo*, vol. 61, available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3834> (Accessed 08.05.2025).

2. Shashyna, M.V. and Rurak, K.M. (2024), “The influence of social networks on the efficiency of sales activities of enterprises: a comparative analysis”, *Investytsii: praktyka ta dosvid*, vol. 13, pp. 96-100.

3. Reshetnikova, O. Borovyk, T. and Sen'ko, I. (2024), “Marketing in social networks as a tool for brand promotion and increase of sales”, *Ekonomika ta suspil'stvo*, vol. 65, available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/4513> (Accessed 07.05.2025).

4. Yarmoliuk, O. Fisun, Yu. and Shapovalova, A. (2020), “Social networks as a modern tool for promotion”, *Pidpryiemnytstvo ta innovatsii*, vol. 11-2, pp. 62-65.

5. Terent'ieva, N. Savchuk, Ya. and Mil'man, L. (2024), “Use of digital media and social networks in marketing campaigns: effectiveness and risks”, *Ekonomika ta suspil'stvo*, vol. 59, available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3402> (Accessed 07.05.2025).

6. Rozhko, V.I. and Schelkova, A.V. (2024), "Digital marketing tools in advertising campaigns in foreign markets", Problemy ekonomiky, vol. 2, pp. 191-197.
7. Mozghova, H.V. Liashevs'ka, V.I. and Matkovs'ka, Yu.V. (2021), "Offline and online advertising tools: essence, advantages and disadvantages of use", Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia, vol. 1 (28), pp. 25-31.
8. Oleksenko, Yu.O. and Sydorenko, O.V. (2020), "Advertising activities of the enterprise and directions for its improvement", Naukovyj pohliad: ekonomika ta upravlinnia, vol. 2, pp. 147-154.
9. Kotler, P. Kartajaya, H. and Setiawan, I. (2021), Marketing 5.0: Technology for Humanity, Wiley, Hoboken, NJ, USA.
10. AVATOR ISP (2025), available at: <https://avator.ua/> (Accessed 09.05.2025).
11. Youcontrol (2025), "AVATOR ISP", available at: https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details/39908038/ (Accessed 09.05.2025).

Стаття надійшла до редакції 06.06.2025 р.