

## **ВИКОРИСТАННЯ BLOCKCHAIN-ТЕХНОЛОГІЇ В МАРКЕТИНГУ**

**Олініченко К.С.**

*Харківський державний університет  
харчування та торгівлі, м. Харків*

Кілька років тому з'явилась нова технологія блокчейн (blockchain) її швидке розповсюдження та проникнення у більшість бізнес-процесів може в майбутньому сильно вплинути на IT, бізнес та маркетинг. Все більше людей бачать в цьому потенціал і поняття «біткоіни» і «криптовалюта» стають побутовими словами. Блокчейн це форма зашифрованої децентралізованої бази даних, яка не піддається віртуальному хакерству. Усі транзакції, які включають в себе біткоіни (або інші криптовалюти) збережені в блоках, які взаємопов'язані - звідки і виходить назва блокчейн. Кожен блок і вся його інформація перевіряються величезною кількістю комп'ютерів, які в той же час вирішують ті ж крипто логічні проблеми і порівнюють результати. Якщо всі комп'ютери в мережі згодні з результатами, інформація вважається перевіреною і зберігається в блокчейн. Технологія блокчейн може бути використана буквально для всього, починаючи від страхових полісів або будь-яким іншим типом покупки. Кожен крок контракту архівується в блокчейн, всі транзакції залишаються незмінними, і регулярно проводиться аудит, що безсумнівно важливо для людей задіяних у фінансовому секторі. Зазвичай для захисту від електронного шахрайства використовується tracking pixel: Java код, що вбудовано в невидимий піксель прямо поруч з посиланням оголошення, який дозволяє рекламодавцеві знати який публішер відповідальний за його клієнтуру, для пропозиції підходящої оплати. Цей процес багато в чому автоматизований і здійснюється за допомогою партнерських програм, рекламних ринків і автоматизованих систем закупівлі. Публішер і рекламодавці зв'язуються за допомогою даних каналів і погоджуються на певну ціну за клік, конверсію, продаж і так далі. При використанні блокчейн такого не треба, так як вся інформація зберігається на всіх комп'ютерах мережі, яка відповідає за сполучення між ними.

Нинішні технології дозволяють таким великим компаніям як Facebook, Twitter і Google збирати інформацію про всі запити користувача пошукової системи, та в реальному часі пропонувати у вигляді реклами (банерної або тизерної) аналогічний пошуку товар. Такий метод збору даних викликав багато невдоволень серед кампаній з точки зору посягання на конфіденційності в Інтернеті. За допомогою технології blockchain маркетингологи можуть не тільки обійтися без інформації від Google і Facebook, але можуть отримати свою інформацію легально і прозоро.

Blockchain потенційно може революціонізувати цифрову рекламу, проте українські рекламодавці обережно ставляться до нових технологій та їх використання у власному бізнесі. Фахівці з маркетингу вважають, що блокчейн дуже ймовірно вирішить проблеми з неефективністю та прозорістю у цифровому ланцюжку поставок медіа. Подальший розвиток технології blockchain спростить взаємозв'язок між користувачами та рекламодавцями.