

## **Проблема шахрайства у рекламі Facebook та її вплив на працю таргетологів**

**Ірина Петрова**

*д. е. н., професор,  
завідувач кафедри маркетингу та поведінкової економіки,  
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна*

**Анастасія Єлисеєва**

*магістрант,  
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна*

**Андрій Хорошенюк**

*кандидат педагогічних наук,  
доцент кафедри маркетингу та поведінкової економіки,  
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК» м. Київ, Україна*

На сьогоднішній день великої популярності досяг розвиток власного бізнесу в соціальних мережах. Найпопулярніші з них Instagram та Facebook. Саме в цих мережах можна зустріти різні ніші: від роздрібних магазинів із продажу одягу, до великих будівельних компаній та холдингів. Основним інструментом та технікою просування є запуск реклами, що таргетується. Власне, це є оголошення, які транслюються для певної цільової аудиторії на основі загальнодоступної інформації з профілів користувачів та їх поведінки в мережі інтернет.

Ще кілька років тому запустити рекламу не складало особливих труднощів, маючи знання з її технічного налаштування. Вимоги до реклами та рекламодавців були досить лояльними та не мали стільки заборон як зараз. Facebook має перелік заборонених до запуску реклами тематик, таких як: алкоголь, цигарки та тютюнові вироби, кальяни, азартні ігри, дискримінація, порушення авторських прав, зброя, еротика, валюта крипта. І, звичайно, знайшлися ті, хто придумав як оминати обмеження. Для цього винайшли різні техніки з обману Facebook-ботів, які перевіряють рекламне оголошення перед запуском. Шахраї використовували підставні сайти для трафіку, замінювали літери в словах різними знаками так, щоб бот не розпізнав значення забороненого слова. На сьогоднішній день деякі методи досі використовують. Аккаунти шахраїв постійно блокують, але вони купують або створюють підставні рекламні облікові записи. Існують навіть цілі компанії, які займаються розкруткою та підняттям трасту акаунту для продажу.

Звичайно, розробники цієї соціальної мережі постійно працюють над виявленням порушень, їх аналізом і, як наслідок, розробкою нових оновлень, які попереджатимуть усі вищеописані методи. У зв'язку з цим, вимоги Facebook посилюються з кожним роком і навіть місяцем. Тепер, при створенні нового рекламного облікового запису, соціальна мережа вимагає підтвердження особистості, за допомогою фотографій документів (паспорт, посвідчення водія тощо). Також цього року почали надходити запити на підтвердження компанії (документи про реєстрацію ФОП або організації).

Все це дуже ускладнює роботу таргетологів, які працюють з «прозорим» бізнесом. Рекламні кабінети регулярно потрапляють у бан із невідомих причин,

у зв'язку з чим доводиться постійно звертатися до технічної підтримки з проханням перегляду обмежень до облікового запису. Стало набагато складніше використовувати банера та складати текст для реклами. Тепер 50% своєї роботи доводиться приділяти вирішенню проблем, замість того, щоб займатися розробкою стратегії.

У сьогоднішніх реаліях всі розуміють, що шахраї нікуди не подінуться і на їх обманні методи будуть створювати нові обмеження. Можливо, у якийсь момент Facebook переможе, і вся реклама буде виключно прозорою та легальною. Таргетологи готові та вже звикли працювати з оновленнями.

**Ключові слова:** шахрайство; таргетологи; реклама; Facebook.