

УДК 621.326

Перчик Т.-ст. гр. БКмп-52

Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулюя

ЗАСТОСУВАННЯ INTERNET-ТЕХНОЛОГІЙ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ІНФОТЕХЦЕНТР»

Науковий керівник: к.е.н., доцент Левчунь Г. Я.

Слід зазначити, що традиційні інформаційно-комунікаційні засоби маркетингу не завжди забезпечують необхідний рівень гнучкості управління та є досить дорогими, що в умовах недостатніх фінансових можливостей підприємств обмежує можливість їх використання. В деякій мірі подолати ці труднощі дозволяють передові електронні інформаційні технології, а саме Internet, котрі бурхливо розвиваються в останні роки та починають широко розповсюджуватися в системі управління підприємством. Internet надає принципово нові можливості для реалізації маркетингу, оскільки забезпечує: доступ до світових інформаційних ресурсів; широке охоплення цільової аудиторії; надійний та швидкий зворотній зв'язок, який полегшує оцінювання ефективності маркетингової політики підприємства.

Використання Internet-технологій дозволяє ТОВ «Інфотехцентр» формувати електронне інформаційне середовище, котре сприяє посиленню та просуванню привабливих переваг підприємства та його товарів з метою залучення нових споживачів. Для цього створюється та надається структурована інформація про цікаві для споживачів аспекти діяльності підприємства та його товарів з використанням технологічних можливостей Internet.

Підключений електронний офіс АРМ маркетолога ТОВ «Інфотехцентр» до Internet і власна Web-сторінка дозволяє фірмі:

- представляти себе в мережі;
- організовувати діючу рекламу за пропозицією товарів і послуг;
- виконувати визначені комерційні операції (у цьому випадку Web-сторінка перетворюється у віртуальний офіс фірми);
- проводити маркетингові дослідження, аналізуючи статистику відвідувань сервера чи Web-сторінки по контингенті потенційних замовників і т.д.

На ринку частиною сектора інформаційних послуг, організованих за допомогою Internet, виступають служби електронних покупок. Вони являють собою віртуальний діалоговий універмаг, який має довідкову і посилальну систему, що дозволяє здійснити швидкий пошук необхідних товарів. Привабливість для користувача здійснення електронної покупки полягає в тому, що споживач одержує значні знижки до 10-30% від ціни, через те, що фірма одержує можливість відмовитися від додаткових торгових площ. Крім того, у рамках служб електронних покупок споживач може одержати точну інформацію по усьому, що має фірма. Для маркетологів перевагою служб електронних покупок виступає точна реєстрація попиту і можливість організації аукціонної торгівлі.

Широке впровадження автоматизованих інформаційних технологій, організація електронного офісу, використання глобальної комп'ютерної мережі Internet — усе це різко підвищує ефективність маркетингової діяльності фірми, її конкурентоздатність на ринку товарів і послуг.