

УДК 339.138

Піняк Ірина

Pinyak Iryna

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

**СТРАТЕГІЧНІ РІШЕННЯ ЩОДО МАРКЕТИНГОВОГО  
КОМПЛЕКСУ ІНТЕРНЕТ ПРОВАЙДЕРІВ  
STRATEGIC SOLUTIONS REGARDING THE MARKETING  
COMPLEX OF INTERNET PROVIDERS**

Як і у будь якого бізнесу в діяльності інтернет провайдерів те, що було конкурентною перевагою вчора, сьогодні вже втрачає свою привабливість.

Важливим є розгляд маркетинг-міксу, який на даний момент використовують інтернет провайдери. А, також, слід зробити акцент на окремих частинах маркетингового комплексу, які можуть давати конкурентні переваги сьогодні з перспективою їх використання у майбутньому.

Таблиця 1

Стратегічні рішення щодо товарної пропозиції інтернет провайдерів

<b>Сьогодні</b>	<b>Завтра</b>
1. Прокладання кінцевої милі.	
1.1. Отримання доступу.	
Про доступ до горища або підвалу провайдери просять абонента	Ділянка від ТКД (точка колективного доступу) до дверей квартири абонента - турбота провайдера
1.2. Проведення кабелю у приміщенні	
Монтажні бригади прибивають кабель до плінтуса в квартирі абонента і проводять його, намагаючись мінімізувати довжину кабелю.	Кабель повинен іти по кабель каналу - його колір і шлях прокладки повинен відповідати запитам абонента.

Сьогодні	Завтра
<b>1.3. Зовнішній вигляд і поведінка монтажників</b>	
Монтажна бригада має неохайний вигляд і розмовляє з абонентом крізь зуби	Уніформа, зацікавленість і відкритість, детальне знання продукту, відповіді на всі питання абонента і здатність надати певні рекомендації.
<b>2. Час і терміни підключення</b>	
Підключення на підставі графіків робіт монтажних бригад.	Підключення абонента виключно у зручний для нього час.
<b>3. Швидкість</b>	
Максимальну швидкість встановлює провайдер, розбиваючи варіанти наданої швидкості доступу в інтернет на тарифні плани.	Можливість абонентам самостійно регулювати швидкість доступу в інтернет.
<b>4. Гарантія швидкості</b>	
Провайдери не можуть гарантувати швидкість доступу в інтернет.	Провайдери повинні гарантувати мінімальну і максимальну швидкість доступу.
<b>5. Додаткові послуги</b>	
Додаткові послуги є основним засобом підвищення доходу на абонента.	Попит на додаткові послуги буде тільки зростати, при цьому попит матимуть послуги, які вирішують конкретні і часом вузькі проблеми абонентів.
<b>6. IP TV</b>	
Провайдери надають фіксовані пакети каналів і set to box на один телевізор.	Абоненти будуть самі складати свої канали і встановлювати вартість на них.
<b>7. Контрактна основа надання послуг</b>	
Для фізичних осіб доступна тільки одна форма оплати послуг - передоплата.	Можливість укладати контракт на надання послуг і оплачувати їх за фактом надання.

В даний час йде процес укрупнення ринку – великі компанії об'єднують дрібні під одним брендом. Але при цьому, крім назви, нічого не змінюється. В майбутньому витіснення буде відбуватися в протилежному напрямку – знову почнеться розвиток великої кількості маленьких компаній, з високим рівнем сервісу.