

**УДК 339.138**

**Тарас Заблоцький, Ірина Вовк**

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

## **ІНТЕРНЕТ МАРКЕТИНГ ЯК СПОСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

**Taras Zablotskiy, Iryna Vovk**

### **INTERNET MARKETING AS A WAY TO IMPROVE THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES**

Інтернет маркетинг – це комплекс заходів для вивчення попиту та пропозиції на ринку товарів і послуг, з наступним просуванням і рекламуванням їх через Інтернет. Сучасні умови ринкового середовища вказують на те, що підприємство знаходиться під постійним впливом факторів, пов'язаних з реаліями розвитку світової цивілізації. Інтенсифікація інноваційних процесів, розвиток інформаційних технологій та систем значно скорочують час на збір і обробку інформації, відбувається перехід від ієрархічних до сітьових структур управління, інтеграції способів досліджень, домінування інформаційних комунікацій. В маркетинговій діяльності Інтернет може бути використаний для: реклами, стимулювання збуту, зв'язків з громадськістю, продажем, проведенням маркетингових досліджень, наданням післяпродажних послуг.

В основі Інтернет-технологій знаходиться портал підприємства - вагомий чинник підвищення конкурентоспроможності компанії. Використання порталу не лише змінює внутрішню організацію діяльності компанії, але і міняє її взаємодію із зовнішнім світом. Портал надає співробітникам компанії єдиний інтерфейс для доступу до всіх інформаційних ресурсів компанії, що приводить до скорочення тимчасових витрат на пошук інформації, яка потрібна для здійснення бізнес-операцій. Портал забезпечує простий та зручний спосіб побудови стосунків з компанією, дає можливість клієнтам отримати інформацію, що цікавить їх, у будь-який час доби, в слушний для них момент, дозволяє звести до мінімуму особисте спілкування. Оскільки, конкуренція на ринку постійно зростає і можливість виживання, зміцнення своїх позицій для підприємства безпосередньо залежить від його здатності зберегти існуючих клієнтів та знаходити нових. В Україні поки що недостатній рівень введення таких маркетингових інновацій. Підприємці ще схильні до реклами на телебаченні чи радіо, проте в майбутньому, можна очікувати, що це явище значно розшириться, оскільки, з кожним днем число Інтернет користувачів зростає.

Інтернет-маркетинг дає змогу підприємству досягти якісно нового рівня конкуренції, яка базується не на жорсткій взаємодії з підприємствами, а за рахунок нарощування цінності продукту чи послуги. Оскільки інновації, на наш погляд, виявляється у двох аспектах: технологічному і ціннісному. Досвід зарубіжних підприємств-новаторів підтверджує, що високого рівня продажів досягають на самперед, ті фірми увага яких зосереджується не стільки на сучасних технологіях скільки на термінах виходу на ринок. Інновації цінностей фірма досягає тоді, коли поєднує інновацію з таким аспектами, як практичність, ціна і витрати. У випадку нездатності пов'язати інновацію з цінністю, підприємство втрачає потенційні можливості на ринку на користь конкурентів. Отже, створення сайту, на якому буде відображатись уся необхідна інформація підприємства, оформлення його, рекламування майданчика, визначення цільової аудиторією дає змогу підприємству досягти вищого рівня конкурентоспроможності, що своєю чергою сприяє підвищенню економічних показників діяльності підприємства.