**ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТА СФЕРИ ЗАСТОСУВАННЯ**

**СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.**

**Бойко Валерія***Миргородський художньо-промисловий коледж М.В.Гоголя*

*Полтавського національного технічного університету*

*імені Юрія Кондратюка.*

Інформаційні технології є глобальним продуктом і флагманом процесів, що відбуваються, у світовій економіці.

- по-перше, Інтернет - новий засіб комунікації, що представляється комунікаційною моделлю “багато до багатьох” в основі якої лежить pull-модель одержання інформації споживачами. Крім того, Інтернет є гіпермедійним способом представлення інформації, що значно відрізняється від традиційних засобів масової інформації інтерактивною природою, високою гнучкістю і масштабністю.

- по-друге, Інтернет - глобальний віртуальний електронний ринок, що не має яких-небудь територіальних чи часових обмежень, що дозволяє робити інтерактивну покупку товарів і значно змінює можливості фірм у просуванні послуг на ринок, особливо зовнішній.

Дослідження функціональних сфер застосування Інтернет-технологій в практичній  маркетинговій діяльності підприємств, дозволили дійти висновку щодо дуалістичної природи  Інтернет-технологій та відповідно їх подвійної ролі у маркетинговій діяльності, а саме:

1) з одного боку, це перш за все інформаційний та комунікаційний ресурс, який сприяє одержанню компаніями необхідної інформації про ринок, конкурентів, споживачів, ціни, ділові пропозиції і т.п. Так, в сучасних умовах Інтернет виступає важливим джерелом одержання різноманітної комерційної та маркетингової інформації, адже дозволяє оперативно зібрати статистику про той чи інший товарний ринок, його учасниках, продуктах, цінах, стандартах і нормах.

2) з другого боку - це ефективний та дуже перспективний канал збуту продукції компанії на сучасних конкурентних  ринках. Слід сказати, що вже на даний момент, а тим паче в майбутньому, он-лайнові системи продажу продукції через Інтернет-магазини та спеціалізовані галузеві Інтернет-портали - це один з основних інструментів продажу продукції на внутрішньому та на міжнародних ринках, і цілком обґрунтовано можна стверджувати, що комерційний успіх підприємства в діяльності на конкурентних ринках багато в чому залежатиме від правильного вибору і уміння використовувати системи електронної комерції для збуту своєї продукції.

В сучасних умовах Інтернет-технології, можуть бути використані в наступних сферах та напрямках маркетингової діяльності:

А. Комунікативні функції Інтернет-технологій в практиці маркетингової діяльності підприємств, зводяться до реклами та просування торгових марок в мережі, зв’язків із громадськістю та підтримки споживачів, забезпечення зворотного зв’язку із цільовою аудиторією.

Б.  По-друге, також важливою функцією, що виконує Інтернет сьогодні,  є функція забезпечення інформацією щодо проведення всесвітніх маркетингових досліджень.

В.    Ще однією групою функцій Інтернет-технологій в маркетинговій діяльності підприємств є збутові та логістичні функції, що знаходять свою реалізацію в сучасних технологіях електронної комерції.

Слід підкреслити, що новітні технології дозволяють забезпечити наступні переваги віртуального маркетингу в порівнянні з маркетингом, заснованим на традиційних технологіях:

- вартість повноцінної рекламної кампанії з використанням Інтернету набагато порядків нижче, ніж із застосуванням інших рекламних носіїв;

- Інтернет дозволяє повністю автоматизувати процес обслуговування потенційних клієнтів;

- Інтернет відкриває перед підприємством можливість не тільки організувати ефективний зворотний зв'язок з покупцем і оперативно вивчити його потреби

- Інтернет - ефективний інструмент для пошуку маркетингової інформації;

- використання Інтернету значно скорочує накладні витрати по просуванню товарів і послуг зі збереженням необхідної ефективності.

- Інтернет-технології дають можливість здійснення діяльності поза прив'язкою до конкретної території або локального ринку.

- організація бізнес-процесу у віртуальному середовищі забезпечує можливість скорочення часу на пошук партнерів, здійснення угод і т.д.

- використання Інтернету дозволяє раціоналізувати структуру управління, у тому числі шляхом її стиску по вертикалі, скорочення і об'єднання ряду функцій.

**Література:**

1.     Апатова Н. В.  Інтернет як фактор глобалізації інформаційної економіки — С.282–292.

2.     Алексунін В.А. Електронна комерція маркетинг в інтернеті — 213 с.

3.     Хабаров В.С. Маркетинг та Інтернет / Хабаров В.С., Барвинок А.В., Рамзаев В.М