

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Студ. Лялька А.В.

Наук. керівник доц. Бреус С.В.

Київський національний університет технологій та дизайну

На даному етапі розвитку світової економіки актуальним є забезпечення ефективного розвитку інформаційної економіки, що вимагає здійснення глибоких досліджень теоретично-практичних аспектів ролі інформації в забезпеченні економічного розвитку держави.

Нова інформаційна епоха зумовлює нові виклики і нову суспільну відповідальність. Перетворення, які відбуваються у сфері комунікацій, впливають на всі сторони суспільного існування. У інформаційному суспільстві домінують не традиційні сектори промисловості, а знання і інформаційні послуги. Аналітики свідчать, що інформаційний сектор економіки зростає на багато швидше, ніж економіка загалом [1]. Таким чином, набуває особливої актуальності забезпечення ефективного розвитку економіки заснованої на знаннях та інноваційних технологіях (інформаційної економіки). У контексті зазначеного зростає роль інформації як ресурсу, а також інформаційних технологій в забезпеченні економічного розвитку України.

Сучасна інформаційна технологія дає можливість інтегрувати всілякі функції обробки інформації на одному робочому місці, включаючи розрахункові, довідково-інформаційні, сервісні. Системи, побудовані за принципом сучасної інформаційної технології, здатні гнучку реагувати на зміни у складі функцій і вирішуваних ними завдань в алгоритмах розрахунку, в інформаційних потребах користувачів [2].

Сучасні умови конкуренції на ринку формують практичний і науковий інтерес до проблем підвищення ефективності маркетингової діяльності. Досвід фахівців в даній сфері свідчить, що в сучасних умовах багато компаній, які займаються проведенням маркетингових досліджень, часто використовують вельми обмежений набір аналітичних інструментів, а інколи обходяться і зовсім без вживання інформаційних технологій. Проте вже існують програмні засоби, за допомогою яких можна було б проводити якісну обробку маркетингової інформації. Використання інформаційних технологій в маркетингу дозволяє поліпшити оперативність і якість рішень, які приймаються, що, у свою чергу, приводить до підвищення економічних показників і конкурентоспроможності компаній [3].

В цілому маркетингова інформаційна система дає безліч переваг, до яких слід віднести, зокрема такі: організований збір інформації; запобігання кризам; координація плану маркетингу; швидкість; результати, що виражаються в кількісному вигляді, аналіз витрат і прибутку. З врахуванням вищезазначеного можна констатувати, що розвиток і впровадження інформаційних технологій у всі сфери економіки впливає на підвищення ефективності використання інформаційних ресурсів суспільства та сприяє переходу розвитку суспільства від індустріальної до інформаційної епохи.

Список використаної літератури:

1. Роль інформації в сучасній економіці і формування ринку інформаційних послуг в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://xreferat.com/113/192-1-rol-nformac-v-suchasn-iy-ekonom-c-formuvannya-rinku-nformac-iy-nih-poslug-v-ukra>.
2. Розділ теоретичні основи обліку готової продукції підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uchni.com.ua/ekonomika/52412/index.html?page=8>.
3. Маяцька І.Н. Роль інформаційних технологій в маркетингових дослідженнях. - Бізнес в законі. Економіко-юридичний журнал. №4, 2012 р. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://smmrostov.ru/rol-informatsionnyh-tehnologij-v-marketingovyh>.