

## **ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

*Родіонов С. О., к.е.н., доцент*

*Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця*

Сучасні підприємства сьогодні стоять на шляху стрімкого розвитку інформаційного простору та інформаційного середовища. Формування ери інформаційного суспільства забезпечує перебудову в прийнятті управлінських рішень на організаційних структурах на всіх підприємствах. Стабільне функціонування на ринку неможливе без поступового та узгодженого маркетингу. За таких умов все більш актуальним стає питання вирішення задач отримання, збору, накопичення, аналізу, упорядкування та раціонального використання значного обсягу оперативної і достовірної інформації для прийняття рішень, пов'язаних з різними функціями маркетингу.

Особливості організації інформаційного забезпечення маркетингової діяльності вимагають урахування специфіки діючої на підприємстві системи маркетингу, орієнтації його на певні сфери діяльності.

Успіх підприємства на ринку сьогодні зумовлений необхідністю забезпечення ефективного взаємозв'язку між виробником та споживачем, що є очевидним фактом для формування його конкурентоспроможності. Науково-технічний прогрес визначає одним із ефективних способів вирішення такого завдання використання каналів зв'язку глобальної мережі Інтернет.

При цьому ефективне використання Інтернет-технологій на підприємстві не можливо без формування маркетингової інформаційної системи, яка б включала в себе усю необхідну для діяльності підприємства інформацію, давала змогу швидко реагувати на зміну навколишнього інформаційного середовища та була необхідним важелем для формування інформаційної безпеки підприємства.

Оскільки інформація виступає в якості одного з найбільш цінних ресурсів суспільства, то процес її переробки можна, за аналогією, сприймати як технології.

Формування глобальної мережевої економіки і розширення її масштабів було обумовлено розвитком і поширенням Інтернет-технологій, перенесенням в електронне середовище Інтернет різних видів соціально-економічної діяльності, а також процесом перетворення традиційних організацій в мережеві структури. Таким чином, для інноваційного розвитку «нової економіки» характерна соціалізація новітніх науково-технічних розробок, насамперед у галузі інформаційних технологій, тобто їх впровадження і використання в масштабах всього суспільства; виробництво інноваційних товарів і послуг із застосуванням інформаційних технологій, а також з метою розвитку галузей, що застосовують ці технології; виробництво товарів і послуг за допомогою і для мережі Інтернет.

Інноваційні зміни на світовому ринку залежать від рівня інноваційного розвитку національних економік – суб'єктів цього ринку. Інноваційний розвиток галузей, в свою чергу, складає рівень розвитку національної економіки. А інноваційний розвиток кожної галузі в істотній мірі залежить від дій підприємств, суб'єктів управління, рівня конкурентоспроможності та обсягів одержуваного прибутку в процесі реалізації інноваційної стратегії. На нашу думку, на сучасному етапі розвитку суспільства основними напрямками інновацій є Інтернет-технології, які дозволяють якісно збільшити ключові показники діяльності підприємств.

Таким чином, Інтернет-технології суттєво впливають як на діяльність

підприємств, так і на національну економіку в цілому. Існує необхідність у розгляді стадій трансформації зарубіжних компаній в залежності від ступеня їх технологічного розвитку та обраної стратегії:

- створення внутрішньої інформаційної системи – системи типу Інтранет на цьому етапі Інтернет використовується як інструмент для реалізації ефективної системи внутрішніх комунікацій на підприємстві;

- поява інформаційної системи типу Екстранет – прозора для партнерів, але закрита для сторонніх, система обслуговування клієнтів працює як візитна картка або довідник підприємства;

- залучення споживачів до роботи безпосередньо в інформаційній системі, поява зворотного зв'язку із споживачем через систему електронного замовлення;

- повна автоматизація багатьох бізнес-процесів, спрощення схем взаємодії, розширення можливостей і підвищення швидкості і якості координації робіт;

- поєднання системи електронного замовлення, автоматизації процесу закупівель і просування товару до кінцевого споживача через власні електронні магазини [1].

Список використаних джерел

1. Nardiello G. G. Economic development based on international entrepreneurship and business tourism / Nardiello G. G., Naumik-Gladka K., Ptashchenko O., Maliukina A. // *Economic Annals-XXI* (2017), 165(5-6), 104-109.

2. Птащенко О.В. Формування маркетингової підтримки товарної інноваційної політики / О. В. Птащенко // *Бізнес-інформ*. Випуск №7. – Харків, ХНЕУ, 2012. С. 221-223.

3. Птащенко О.В. Використання маркетингових інструментів для забезпечення позиціонування високотехнологічної продукції / О. В. Птащенко // *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: Збірник наукових праць Харківського національного автомобільно-дорожнього університету*. – №4 (19) – 2017. – Харків: ХНАДУ, 2017 – 168 с. (С. 147-153)

## **СКЛАДОВІ МЕХАНІЗМУ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ**

*Рябуха М. А., здобувач вищої освіти*

*Овечкіна О. А., д.е.н., доцент*

*Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля*

Існує думка, що в найближче десятиліття станеться нова наукова революція, яка буде характеризуватися «зрушенням від індивідуалістичної неокласики до колективістської концепції інституціоналізму та економічної глобалістики». У провідних економічних державах спостерігається поступова трансформація традиційних індивідуалістичних цінностей, виходячи з концепції сталого розвитку суспільства, яка об'єднує економічну, соціальну і екологічну складові. У суспільстві формується новий колективістський підхід до вирішення спільних соціально-економічних та екологічних проблем, відбувається посилення державного та міждержавного планування, із залученням до процесу прийняття рішень все більшої кількості зацікавлених сторін для гармонізації інтересів різних соціальних верств. Для