

Куц Ю.О., бакалавр  
Київський національний  
університет технологій та дизайну  
Бєбко С.В., к.е.н., доц.  
Київський національний  
університет технологій та дизайну

## **ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТА МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ДЛЯ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ**

Економічне зростання – це збільшення обсягів товарів та послуг створених за певний період.

Основними чинниками, які впливають на економічне зростання є інформаційні та маркетингові технології.

Інформаційні технології входять до факторів пропозиції, що називаються «колесами» економічного зростання. А маркетингові – до факторів попиту, які мають забезпечувати такий сукупний рівень витрат, за якого повністю використаються наявні ресурси [1].

Інформаційні технології в економіці представляють собою комплекс дій над економічною інформацією за допомогою сучасних технологій з метою ефективною обробки, сортування та вибірки даних для задоволення інформаційних потреб, здійснення оперативних зв'язків та інше [2].

На сучасному етапі розвитку інформаційні технології користуються все більшою популярністю як серед продавців (товарів, послуг), так і серед споживачів. В зв'язку з пандемією стали ще більш популярним таке явище як «онлайн-шопінг». Також ще більшим попитом стала користуватись доставка готової їжі, продуктів харчування, різноманітних посилок безпосередньо до дверей споживача. Онлайн-бізнес набирає обороти так як там де є попит обов'язково має бути і пропозиція, тому підприємці стали модернізуватися та максимально підлаштовувати свій бізнес під сучасні умови.

Маркетингові технології – це система наукових знань щодо формування відповідних стадій, переліку конкретних операцій, прийомів і дій, реалізованих фахівцями сфери маркетингу з метою підвищення

ефективності діяльності підприємства за рахунок, у першу чергу, інформаційного забезпечення виробництва конкурентноспроможної продукції, своєчасного виведення її на ринок та забезпечення довготривалих відносин зі споживачами (згідно думки М. Селюкова, Н. Шалигіної, та А. Кулика) [3].

Маркетингові дослідження були і є дуже важливою складовою будь якого бізнесу, оскільки саме ця сфера досліджує потреби потенційних покупців і таким чином допомагає виробнику зекономити кошти та час так як не буде виготовлятися великий обсяг зайвої продукції, або навпаки не буде її недостачі.

Маркетингові технології допомагають знайти товар та/або послугу на який є попит в даний момент, оцінити даний ринок, проаналізувати конкурентів, зробити висновки щодо доцільності виробництва.

### **Література**

1. Буковинська бібліотека. URL: <https://buklib.net/books/33907>.
2. Мицюк С.В. Роль інформаційних технологій в економіці. URL: [https://www.kpi.kharkov.ua/archive/MicroCAD/2016/S16/file\\_234.pdf](https://www.kpi.kharkov.ua/archive/MicroCAD/2016/S16/file_234.pdf).
3. Ковінько О.М., Пасічник Т.Г. Особливості сучасних маркетингових технологій в управлінні підприємством. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2017/12/149.pdf>.