

Липовецька Ю. М.,
здобувач вищої освіти рівня магістр
Науковий керівник: **Лижник Ю. Б.,**
старший викладач кафедри економіки та туризму
Донецький національний університет економіки і торгівлі
ім. Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг

ЗАСТОСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У МАРКЕТИНГОВОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ ГРОМАДСЬКИХ ТА КОМЕРЦІЙНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Маркетинговий менеджмент – процес аналізу, планування, реалізації і контролю за здійсненням заходів, спрямованих на встановлення і підтримку взаємовигідних зв'язків із цільовим ринком для досягнення цілей підприємства, що існує у загальній системі менеджменту. [1].

Інформаційні технології дозволяють оптимізувати та автоматизувати багато маркетингових процесів, що забезпечує більш ефективне використання ресурсів організації.

Комерційні організації – це підприємства чи компанії, які мають прибуткову мету. Громадські організації – це організації, створені з метою задоволення соціальних, культурних, політичних або благодійних потреб громади чи суспільства.

Комерційні та громадські організації відрізняються за кількома ключовими характеристиками. Комерційні організації мають прибуткову мету та здійснюють свою діяльність з метою отримання прибутку для власників чи акціонерів. Громадські ж організації створені для задоволення соціальних, культурних, політичних або благодійних потреб громади чи суспільства і можуть бути як прибутковими, так і неприбутковими. Ці різниці визначають специфіку функцій, цілей та підходів до управління цими двома видами організацій.

Застосування інформаційних технологій у маркетинговому менеджменті дозволяє підприємствам ефективно аналізувати ринкові тенденції, створювати персоналізовані стратегії та підвищувати ефективність комунікації з клієнтами чи аудиторією. Наразі, активно використовують такі інформаційні технології: аналіз даних та прогнозування, цифровий маркетинг, CRM-системи, аналіз соціальних медіа, маркетинг у сегменті Інтернет речей (IoT), аналітика Big Data в маркетингу, блокчейн у маркетингу тощо.

Застосування інформаційних технологій в обох типах організацій підтримує їхню діяльність на ринку та сприяє досягненню їхніх цілей. Комерційні організації використовують аналіз даних для оптимізації управління запасами та розробки нових продуктів, тоді як громадські організації вдаються до цифрових маркетингових кампаній та моніторингу соціальних мереж для залучення уваги та підтримки своєї кампанії. Крім того, обидва типи організацій використовують CRM-системи для покращення комунікації та обслуговування своїх клієнтів. Такий різноманітний підхід демонструє ефективність

використання інформаційних технологій у різних сферах бізнесу та громадського сектору.

З розвитком інформаційних технологій підвищується значимість візуалізації даних, оскільки графічне представлення даних легше сприймається та одразу привертає увагу до проблем (наприклад, на графіку одразу буде видно різке зменшення споживачів). Виходячи з цього, доречно буде розглянути деякі інструменти візуалізації (табл. 1):

Таблиця 1 – Інформаційні технології, які застосовуються для візуалізації даних

Назва	Опис
Google Data Studio	Безкоштовний веб-сервіс, створений компанією Google, що дозволяє створювати та відображати візуальні звіти та інтерактивні панелі для аналізу даних. Цей інструмент робить великий обсяг даних більш зрозумілим, допомагаючи бізнес-користувачам, маркетологам та аналітикам легко візуалізувати, аналізувати та ділитися даними з іншими.
Tableau	Це інструмент для аналізу та візуалізації даних, який дозволяє створювати динамічні звіти, графіки та панелі для прийняття рішень. Він широко використовується компаніями та фахівцями з різних галузей для вивчення даних, виявлення тенденцій, а також для представлення результатів аналізу у зрозумілій формі.
Power BI	Це потужний інструмент для аналізу бізнесу та візуалізації даних, розроблений компанією Microsoft. Power BI дозволяє користувачам збирати, аналізувати та відображати дані з різних джерел у формі інтерактивних звітів та дашбордів. Завдяки широкому функціоналу для аналізу та моніторингу даних, він користується великою популярністю серед фахівців у галузі бізнес-інтелекту.

Джерело: складено автором на основі [2]

Інформаційні технології відіграють важливу роль у маркетинговому менеджменті як громадських, так і комерційних організацій. Застосування цих технологій дозволяє підприємствам ефективно аналізувати ринкові тенденції, створювати персоналізовані стратегії та підвищувати ефективність комунікації з клієнтами чи аудиторією. Порівняльний аналіз громадських та комерційних організацій показує, що вони використовують інформаційні технології для різних цілей, але обидва типи організацій користуються перевагами цих технологій для підвищення ефективності своєї діяльності.

Список використаних джерел

1. Маркетинговий менеджмент : навчальний посібник / О. С. Борисенко, А. В. Шевченко, Ю. В. Фісун, О. М. Крапко. Київ : НАУ, 2022. 204 с.
2. Білоусько Т. М. Інформаційні технології в маркетинговій діяльності. *Економіка та суспільство*. 2023. № 53.