

## **ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ ТЕРИТОРІАЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ**

К.е.н. В.А.Чередниченко

Одеський національний політехнічний університет

Україна, м. Одеса

w.cherednychenko@gmail.com

У світі відбувається інформаційна революція, яка накладає свій відбиток на всі сфери господарського життя. По-перше, з'явилися й уже швидко поширюються нові технології, основними характеристиками яких стає “інформаційна ємкість” поряд із звичними традиційними поняттями енергоємності, матеріалоємності, капіталоємності. По-друге, матеріальний субстрат інформаційної економіки починає пронизувати всі аспекти господарської діяльності. Унаслідок цього, а також у результаті диверсифікації економічної діяльності компаній традиційний розподіл промислового виробництва на галузі поступово втрачає свій економічний зміст. Поняття галузі поволі замінюється поняттям інтегрованого комплексу або конгломерату. Структура економіки поступово приймає все більш “мережеву” організацію з переваженням горизонтальних функціональних зв'язків між економічними агентами. Сама економічна діяльність визначається в більшій мірі не сукупністю суто виробничих процесів, а набором економічних функцій: комплекси попереднього підготування виробництва, транспортування і збуту продукції тощо.

Інформаційна економіка в корені змінює характер накопичення, і це має чималий соціальний зміст. Головною формою накопичення стає тепер накопичення не речових елементів виробництва, як було дотепер, а знань та іншої корисної інформації. Носіями такої інформації звичайно є люди, тому головною формою накопичення в сучасній економіці стає збільшення чисельності висококваліфікованих спеціалістів, дійсно найціннішого зі стратегічних ресурсів. Тому накопичення “людського капіталу” за своїм значенням для національного добробуту починає відтискувати на задній

план традиційне фінансове накопичення, що опосередковує накопичення речових факторів.

Галузі, окремі виробництва, що втілюють у собі досягнення науково-технічного прогресу, передбачають розвиток різноманітних і сталих інтеграційних господарських зв'язків. Підприємства суміжних виробництв утворюють виробничі структури – корпорації, об'єднання, асоціації, інші форми, що продукують готову продукцію: автомобілі, ракети, кораблі, літаки, верстати тощо. Між ними не встановлюються ринкові відносини в їхньому класичному розумінні. Тут діють організаційно-виробничі відношення, що відтворюють зв'язки, які укладаються відповідно до уживаних технологічних процесів.

Досить виразно починають проявлятися елементи єдиної регіональної відтворювальної системи, формуються регіональні економічні комплекси. Здійснюється процес подальшої адаптації національних економік, їх взаємопроникнення, зрощення окремих ланок. Глибоко перетворюються національні господарські механізми, створюються й закріплюються єдині норми і правила наднаціонального характеру й змісту.

З огляду маркетингового підходу створення відповідних виробничо-господарських та організаційно-функціональних структур на рівні підприємства, регіону та держави, а також впровадження виробничо-інвестиційної моделі структурної перебудови регіональної економіки є основною умовою широкого виходу на світовий ринок не окремих товарів, а цілісних інфраструктурних економічних комплексів. Поступове включення до їх складу виробничих структур (підприємств), окремих галузей, регіонально-виробничих анклавів зробить можливим формування розгалуженої системи суб'єктів господарювання та органів управління, здатних забезпечити в сучасних умовах широкомасштабну інтеграцію регіональної економіки в систему світових господарських зв'язків.