

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Студ. Поляк М.О.

Наук. керівник к.е.н. доц. Борисюк О.В.

Східноєвропейський національний університет ім. Лесі Українки

Для забезпечення стабільного розвитку підприємства в сучасних умовах, підвищення його економічної ефективності, конкурентоспроможності необхідно мати розроблену комплексну систему заходів, принципів та інструментів, які будуть спрямовані на вирішення цих завдань. Вагому роль у функціонуванні підприємства відіграє маркетингове управління.

Маркетингове управління - цілеспрямована діяльність підприємства, яка спрямована на регулювання своєї позиції на ринку за допомогою обліку, організації, планування, обліку, контролю виконання кожного етапу поведінки підприємства з урахуванням впливу закономірностей розвитку ринку та конкуренції для досягнення прибутковості та ефективності діяльності[1, с.55].

Маркетинг у системі управління відіграє важливу роль. Він орієнтований на інтереси ринку, вивчає його попит, еластичність, структуру та динаміку і цим самим забезпечує маркетингову управлінську діяльність. Саме від того наскільки товари чи послуги відповідають смакам споживачів залежить комерційний успіх будь-якого підприємства. Маркетингове управління у забезпеченні ефективної діяльності підприємства передбачає виконання певних завдань серед яких: маркетингові дослідження і збирання необхідної інформації; планування асортименту товарів та послуг, формування цін на них; просування товару, місце розташування суб'єктів інфраструктури і організація товароруку.

Дослідження у сфері маркетингу можуть передбачити наслідки впровадження тієї чи іншої маркетингової стратегії і цим самим дозволяють прийняти правильне рішення. За їх допомогою вирішуються такі завдання як: вивчення особливостей ринку, аналіз збуту виготовленої продукції, вивчення товарів конкурентів, тенденцій ділової активності, політики цін, а також короткострокове планування.

Завдяки дослідженню товарів можна отримати відповідь на питання про те, які товари та якої якості, асортименту необхідні споживачам, який рівень сервісу та які параметри є визначальними у виборі ними того чи іншого виробника. Вивчення цін на товари конкурентів дозволяє проаналізувати ситуацію і зробити свої ціни більш сприятливими або однаковими за рівнем з цінами конкурентів, щоб не втратити свого покупця. Визначення оптимального рівня і співвідношення цін є запорукою досягнення максимального прибутку, здійснюючи при цьому мінімальні затрати [2].

За допомогою аналізу конкурентів, які працюють у такій самій сфері можна визначити свої слабкі і сильні сторони, плюси і мінуси, які існують на підприємстві, і цим самим забезпечити стійкі конкурентні позиції на ринку. Дослідження просування товару і продажу орієнтовані на те, щоб визначити найбільш ефективні способи донесення товарів до споживачів з найменшими витратами для підприємства.

Отже, маркетингове управління відіграє важливу роль у діяльності підприємства та підвищенні його ефективності. Воно дозволяє вивчити ринок і цим самим зміцнити свої позиції на ньому, підвищити конкурентоспроможність, що позитивно вплине на розвиток підприємства та економіку України в цілому.

Література:

1. Карлін М.І. Управління державними фінансами: [навч. посібн.] / М. І. Карлін, О. В. Борисюк. – Луцьк : ПП Іванюк , 2013. – 273 с.
2. Основні принципи та фактори поведінки споживачів. [Електронний ресурс].- Режим доступу: https://studme.com.ua/17190512/marketing/povedenie_potrebiteley.htm.