

РОЛЬ МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

А. Грушецька, студентка гр. МР-2-20
Науковий керівник: О. Кравець, старший
викладач

Маркетинг являє собою комплексну систему організації виробництва і збуту продукції, орієнтовану на задоволення потреб конкретних споживачів і отримання прибутку на основі дослідження і прогнозування ринку, вивчення внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства-експортера, розробки стратегії і тактики поведінки на ринку за допомогою маркетингових програм.

Основна мета сучасного маркетингу так добре пізнати та зрозуміти клієнта, що товар і послуга будуть точно підходити останньому і продаватимуть себе самі. Необхідність дослідження ринку виникає з розвитком серійного виробництва, коли все більше підприємств починає працювати не на замовлення, а на вільний продаж, на невідомого споживача.

Сьогодні маркетинг виступає як спосіб діяльності підприємців і специфічний підхід до господарювання за ринкових умов. Сучасний маркетинг - це особлива галузь економічної науки, яка займається вирішенням проблем раціоналізації у широкому розумінні шляхом розробки відповідного інструментарію.

Головною особливістю маркетингу є те, що його діяльність орієнтується на потреби. Саме потреби споживачів є основним об'єктом уваги виробників товарів і послуг.

Говорячи про значення маркетингу, насамперед слід підкреслити, що він дозволяє фірмам краще пристосовуватися до умов ринкової економіки. Маркетинг створює для фірм необмежені можливості та дає змогу триматися в складних ситуаціях. Не випадково маркетинг називають філософією бізнесу.

Розуміючи велику роль маркетингової діяльності підприємці все більше уваги приділяють її розвитку. Масштаби маркетингу надзвичайно широкі. За оцінками Європейської асоціації маркетингу, в Україні приблизно 40% населення так чи інакше пов'язані з маркетинговою діяльністю. Здебільшого ця діяльність проводиться за відсутності фахових знань, а інколи навіть без усвідомлення її значення та змісту. Цих висновків Асоціація дійшла, вивчивши діяльність приватних підприємців на ринках, мерчандайзерів, збутового персоналу.

Застосування маркетингу та його методів дослідження є важливим та необхідним. Наприклад, несвоечасність виявлення потреб споживачів в Україні, на думку фахівців, є основною причиною зайвих витрат та надмірних маркетингових зусиль у продажу непотрібних товарів. Як наслідок, витрачаються більші кошти на рекламу та організацію збуту.

На ефективність діяльності підприємства може впливати декілька факторів:

- 1) підвищення якості продукції і як наслідок збільшення обсягу продажів;
- 2) ефективність управлінського фактору (досліджень, розробок і політики фірми).

Отже, маркетингова діяльність має велику роль і впливає на підвищення ефективності підприємства. Цьому сприяє робота маркетингових служб, які працюють у таких напрямках як дослідження різних сторін ринку, з якими стикається підприємство в процесі функціонування та розробці і застосуванні тактики поведінки фірми на ринку.

Роль маркетингу також полягає в тому, що його інструментарій - єдиний фактор впливу на поведінку споживача задля стимулювання збуту власної продукції підприємства. Таким чином його може формувати та реалізовувати безпосередньо підприємство.