

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Студенка гр. 113629 Дыдышко Н.Н.

Ст. преп. Третьякова Е.С.

Белорусский национальный технический университет

В условиях жесткой конкуренции современного рынка маркетинг играет важную роль в деятельности любой компании, потому что он позволяет установить оптимальную взаимосвязь между организацией и средой, частью которой она является. Сегодня маркетинг понимается как выражение ориентированного на рынок управленческого стиля мышления, для которого характерны творческие, стабильные и нередко агрессивные подходы.

Маркетинговая деятельность предприятия должна быть направлена на долговременное существование фирмы, на ее устойчивость, прочные и длительные связи с потребителями или другими участниками рынка, повышение конкурентоспособности предлагаемых услуг, товаров. Для достижения этих целей маркетинговой службе предприятия нужно определить:

1) что необходимо рынку, и в каком количестве;

2) сегмент рынка, и своего клиента;

3) по какой цене продать, чтобы покрыть издержки и получить прибыль;

4) как продвигать товар или услугу на рынке.

Данные задачи можно решить при помощи маркетинговых исследований, результаты которых анализируются, и на основе данных анализов разрабатывается программа маркетинга, ориентированная на определенный сегмент рынка и группу покупателей.

Необходимость совершенствования маркетинговой деятельности предприятия заключается в том, что в настоящее время не одно предприятие в системе рыночных отношений не может нормально функционировать без маркетинговой службы на предприятии. И роль маркетинга с каждым моментом все возрастает. Это происходит потому, что потребности людей, как известно, безграничны, а ресурсы предприятия ограничены. Каждый субъект имеет свои потребности, удовлетворить которые не всегда качественно удается. К каждому необходим свой индивидуальный подход. Поэтому, в новых условиях выживает то предприятие, которое может наиболее точно выделять и улавливать разнообразие вкусов. Этому и способствует маркетинг.

В современных условиях наличие маркетинговой службы на предприятии является обязательным условием не только эффективной деятельности и развития, но и, зачастую, необходимым условием выживания фирмы.