

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ АУТСОРСИНГА В УПРАВЛЕНИИ МАРКЕТИНГОВЫМИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Аспирант Цвирко М.В.

Канд. экон. наук, доцент Гурина Е.В.

Белорусский национальный технический университет

В современных условиях развития конкуренции на рынке формируются научный и практический интерес к проблеме управления маркетинговыми бизнес-процессами предприятия. Одной из целей маркетинговой деятельности является формирование концепции совершенствования маркетинговой системы, позволяющей производить более качественные исследования рынка с наименьшими затратами ресурсов на основе современных информационных технологий, а также увеличение объемов продаж. Но в зависимости от конкретных условий для конкретного предприятия цели маркетинговых бизнес-процессов, осуществляемых на предприятии могут быть весьма различны.

Суть маркетинговой деятельности состоит в поиске некоего взаимовыгодного решения, которое учитывало бы потребности потенциальных потребителей и производственные возможности предприятия, а также необходимо учесть предполагаемое поведение конкурентов в данной ситуации. Маркетинговая деятельность может использоваться как для качественного изменения продуктов и/или бизнес-процессов предприятия с целью соответствия существующему на рынке спросу, так и для создания или изменения рыночного спроса, закрепления предприятия на данном сегменте рынка либо его расширение, создания или укрепления репутации предприятия.

Но поскольку управление маркетинговыми бизнес-процессами предприятия весьма сложный процесс, то для некоторых предприятий считается более разумным передать данный бизнес-процесс на аутсорсинг. Предприятие-аутсорсер возьмет на себя такие функции как проведение маркетинговых исследований о внешней и внутренней среде предприятия-заказчика, анализ собранной информации, планирование и реализация комплекса маркетинговых мероприятий для достижения конечной цели предприятия.

Фактором привлекательности аутсорсинга является то, что внешний поставщик услуг способен обеспечить экономию затрат, более высокий уровень услуг за счет специализации. Используя услуги предприятия-аутсорсера, предприятие может направить собственные ресурсы в наиболее доходные направления деятельности. Будет целесообразно также передать рекламно-выставочную деятельность, которая включает продвижение научно-технических разработок путем организации и участия в выставках и кооперационных биржах.