

Литература

1. О приоритетных направлениях укрепления экономической безопасности государства // Директива Президента Республики Беларусь № 3, в ред. Указа Президента Республики Беларусь № 26 от 26 января 2016 г.

УДК 339.138

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Студентка гр. 3113710 Сердюк Е.С.

Д-р экон. наук, профессор Енин Ю.И.

Белорусский национальный технический университет

Маркетинг – это весьма динамичное понятие, обозначающее развитие любого предприятия путем активной рыночной деятельности. Кроме того, оно рассматривается еще и как «рыночная концепция управления», т.е. как система, позволяющая обеспечить ориентацию производства на требования рынка. Маркетинговая деятельность может рассматриваться и как своеобразная концепция, и как образ действия производителя на рынке. Как концепция маркетинг представляет собой совокупность научно обоснованных представлений об управлении предприятием в условиях конкурирующей экономики. Как образ действия производителя маркетинг является системой мер по повышению конкурентоспособности предприятия путем максимального приспособления всей деятельности и вырабатываемой или намечаемой к производству продукции к требованиям рынка и потребителя. Маркетинговые исследования еще и определяют, как занятие определенной позиции на рынке, а также выработка путей и методов достижения и удержания конкурентных преимуществ предприятия.

Актуальность исследования теории и практики организации маркетинга связана с тем, что в условиях сложной экономической обстановки службы маркетинга становятся одним из важнейших звеньев в управлении предприятием. Высокий уровень организации маркетинга во многом влияет на эффективность его функционирования. Это особенно важно на современном этапе развития для каждого предприятия, поскольку в сложившихся условиях белорусские предприятия вынуждены искать новые средства повышения эффективности функционирования, а одним из таковых является надлежащая организация маркетинговой деятельности.