

## **РОЛЬ МАРКЕТИНГА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Студентка Сукасян Л. Э.

Ст. преподаватель Третьякова Е. С.

Белорусский национальный технический университет

Безусловно, для успешной работы предприятия недостаточно только производить качественный товар, нужно его продвигать. Тут и главная роль маркетинга- быть связующим звеном между предпринимателем и потребителем, таким образом повышая результативность производства. Существуют следующие направления повышения результативности производства: внедрение новых технологий, модернизация оборудования и ресурсосбережение, привлечение инвестиций и их рациональное использование; повышение качества продукции; эффективность проводимых исследований, разработок и политики фирмы. Так же опираясь на маркетинговое исследование компании могут варьировать свою деятельность и тут говорится не только об исследованиях направленных на требования потребителей, а так же об анализе конкурентоспособности. Маркетинг также позволяет понять агентам, каким образом предприятие-производитель должно организовывать процесс сбыта своей продукции, как надо поводить кампанию по продвижению на рынке новых изделий, строить стратегию рекламы и т.п.

Под влиянием роста масштабов и усложнения производства, высоких темпов научно-технического прогресса, быстрого изменения потребительского спроса и других факторов изменяется характер целей предприятия, а также способы их достижения. Поэтому маркетинговые структуры должны обладать определенной гибкостью. Маркетинговые структуры могут быть гибкими только в том случае, если они способны менять свои организационные формы при изменении маркетинговой стратегии. Важным условием для этого выступает наличие информации о внутреннем состоянии дел на предприятии и внешней среде маркетинга, которая представлена демографическими, политическими и культурно-историческими факторами.

Таким образом маркетинг является одной из важнейших составляющих любого предприятия, организуя максимально прибыльный сбыт продукции.