

МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Козко К. А., студент

Научный руководитель – Копытовских А. В., к.т.н., доцент
Полесский государственный университет
г. Пинск, Республика Беларусь

Менеджмент организации – это процесс управления организацией и все что может влиять на получение качественного конечного результата.[1] Менеджмент включает в себя воздействие на людей административных, экономических, правовых и социально-психологических методов.

Существуют следующие виды менеджмента:

1. Финансовый менеджмент управляет и использует денежные средства предприятия.
2. Маркетинговый менеджмент управляет реализацией товаров.
3. Кадровый менеджмент его целью является умение работать с людьми.
4. Производственный менеджмент является деятельностью, которая относится к созданию товаров.
5. Транспортный менеджмент занимается транспортировкой товаров.
6. Административный менеджмент изучает административно-распорядительные формы управления.

Так же существуют функции менеджмента, которые влияют на управление предприятием:

- Планирование и прогнозирование – это формирование цели управления, выбор путей и методов достижения этой цели.
- Организация представляет собой создание оптимальной структуры управления, направленное на достижение цели организации.
- Мотивация – это совокупность методов, которые стимулируют работников к наиболее эффективной работе. Например: повышение заработной платы.
- Контроль – это система регулирования деятельности работников по выполнению работы предприятия.

Значит можно сказать, что основной целью менеджмента является обеспечение гармонии в развитии предприятия, согласованного и

эффективного функционирования всех элементов организации как внутренних, так и внешних.

Маркетинг – это умение превращать потребности людей и организаций в товарах и услугах определенного типа в потребительский спрос. Если рассматривать маркетинг как управляющую систему, то он предполагает поиск возможностей постоянного уменьшения элементов неопределенности и риска в оценках, решениях и действиях.[2]

Маркетинг связан с выполнением следующих функций:

1. Аналитическая функция изучает рынок, потребителей, конкурентов и т.д.
2. Производственная функция внедряет новые технологии и обеспечивает высокое качество производства товаров.
3. Распределительно-сбытовая функция организует, каналы сбыта.
4. Управленческая функция предполагает, прежде всего, управление производством.

Маркетинг очень важен в управлении предприятием, так как он изучает рынок, планирует развитие своих торговых марок.

Обобщая сказанное, можно заметить, что как менеджмент, так и маркетинг оказывает огромное влияние на управление предприятием. То есть менеджмент выстраивает внутреннюю систему управления предприятием, а маркетинг нужен, чтобы увеличивать прибыль за счет производства и продажи товаров либо услуг, которые нужны потребителю.

Список литературы:

1. Менеджмент фирмы: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/menedzhment.html/>. – Дата доступа: 08.09.2019.

2. Становление и развитие маркетинга: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://marketing.wikireading.ru/473/>. – Дата доступа: 08.09.2019.