

СОВРЕМЕННЫЕ ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Студентка гр. 113626 Вашкевич С.Н.

Ст. преподаватель Третьякова Е.С.

Белорусский национальный технический университет

В современных условиях хозяйствования, в системе рыночных отношений ни одно предприятие не может нормально функционировать без маркетинговой службы. Эффективное управление маркетинговой деятельностью способствует укреплению позиций на конкретных рынках, противостоянию ожесточенной конкуренции и достижению высоких и устойчивых прибылей.

Основными мероприятиями по совершенствованию маркетинговой деятельности могут стать: поиск возможного расширения рынка сбыта, пересмотр организационной структуры предприятия; изменение кадровой политики предприятия; изменение принципов планирования, предложения по совершенствованию инструментария изучения спроса, организация рекламной деятельности.

Функционирование современных предприятий в условиях динамично меняющейся внешней среды вынуждает их активно решать непростые задачи поддержания конкурентоспособности, обеспечение финансовой устойчивости и условий дальнейшего роста, осуществлять ответные действия на изменения внешней среды: активизации инновационной деятельности, укреплении корпоративной культуры и единства компании. Без маркетингового управления современное предприятие не сможет эффективно осуществлять эти действия.

Предприятиям, применяющим концепцию маркетинга, следует учитывать следующие аспекты. Меры, которые предприятие принимает ради наилучшего использования существующего рыночного потенциала, должны быть двоякого характера. С одной стороны, предприятие должно предложить потребителям продукты, удовлетворяющие их потребностям и желаниям и по цене, которую они хотят и могут за эти продукты заплатить. С другой стороны, оно должно предпринимать продуманные акции воздействия на потребителя, чтобы они покупали их продукты.

Финансовый эффект должен быть основным критерием принятия хозяйственных решений. Конечная цель маркетинга состоит в осуществлении удовлетворительного финансового эффекта, который делает возможным аккумуляцию средств и дает возможность предприятию жить и развиваться. Таким образом, сущность маркетинга заключается в ориентации бизнеса на успешное решение рыночных задач.