

Тези доповідей 50-ої наукової конференції молодих дослідників ОНПУ – магістрів «Сучасні інформаційні технології та телекомунікаційні мережі». / Одеса: ОНПУ, 2015, вип. 50.

УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Джафаров Рауф

Науковий керівник – ст. викл. каф. «Менеджмент зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності», Аверіхіна Т.В.

Маркетингова діяльність має сприяти успішному рішенню, начебто, взаємовиключних завдань: підвищувати гнучкість виробництва, швидко змінювати асортимент продукції відповідність до запитами споживача і водночас оперативно впроваджувати нову техніку й технологію.

Удосконалення маркетингової діяльності здійснюється за рахунок поглиблення маркетингових досліджень за чотирма напрямками: клієнти, фірми–постачальники, конкуренти, маркетингові посередники.

Дослідження клієнтів передбачає: власне визначення клієнтури; визначення факторів, які мотивують клієнтів до здійснення покупок; якою мірою сервіс та товари задовольняють потреби клієнтів. Основною метою дослідження є пошук шляхів утримання існуючих клієнтів та залучення нових.

Аналіз фірми–постачальників, у першу чергу, включає в себе: виявлення фірм, які займаються постачанням матеріальних ресурсів, необхідних для виробництва конкретних товарів і послуг, для виготовлення якісної продукції; аналіз умов праці, рівня цін, стабільності постачання. Мета дослідження – вибір найбільш привабливих постачальників та укладання вигідних договорів.

Дослідження конкурентів передбачає: виявлення основних підприємств – конкурентів, їх слабких та сильних сторін. Основна мета – перемога в конкурентній боротьбі.

Дослідження маркетингових посередників – пошук фірм, які займаються наданням різноманітних маркетингових послуг; визначення умов роботи з ними; визначення їхнього статусу і професіоналізму. Основна мета – укладення договорів на отримання