

## **ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**

Єгоров М. Ю.

Науковий керівник – доц. каф. «Менеджмент зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності», канд. екон. наук Аверіхіна Т.В.

Сьогодні, у зв'язку з переходом господарства України до ринкової економіки, актуальним стає питання, щодо вдосконалення відносин суб'єктів ринку та методів їхнього управління. В цьому аспекті хочеться звернути увагу на маркетинговий менеджмент, який розглядається, як процес аналізу, планування, реалізація та контролю за здійсненням заходів, спрямованих на встановлення і підтримання взаємовигідних зв'язків із цільовим ринком для досягнення певних цілей організації.

Основні завдання, які сьогодні використовує маркетинговий менеджмент в українських реаліях – це формування цілей підприємства, вихід на нові ринки, збільшення частки підприємства на ринку, розробка нових товарів, аналіз поведінки споживачів тощо.

В цілому, після запровадження інструментів маркетингового менеджменту на вітчизняних підприємствах, ефективність їх роботи зростає в середньому на 30 - 40%, про що свідчить зростання попиту на продукцію і, як наслідок, підвищення рентабельності. Тому використання системи маркетингового менеджменту є важливим чинником розвитку будь-якого сучасного українського підприємства.