

# ВПЛИВ КОНКУРЕНТНОЇ БОРОТЬБИ НА УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Романюк І.А.

Харківський національний технічний університет сільського господарства імені

Петра Василенка

(61002, Харків, вул. Алчевських, 44, каф. маркетингу та медіакомунікацій)

E-mail: romaniuk.iryna@ukr.net

У сучасних умовах на підприємствах одним з найбільш ефективних інструментів впливу на їх результат є управління маркетинговою діяльністю. Зважаючи на мінливий бізнес-клімат, який відзначається зростаючою конкуренцією, необхідним стає вдосконалення діяльності підприємства в цілому, а зокрема його маркетингової складової, що надасть підприємствам можливості збільшити свої конкурентні переваги на вітчизняному та зовнішньому ринках. Загострення конкурентного середовища обумовлює необхідність пошуку нових підходів до забезпечення конкурентоспроможного розвитку сучасних підприємств [1, с. 162]. Конкуренція в маркетингу – змагання за споживача на конкурентному ринку товарів та послуг, орієнтоване на максимальне задоволення потреб споживачів і отримання прибутку. Розрізняють цінову й нецінову конкуренцію. В сучасних умовах найпоширенішою є нецінова конкуренція.

На гостроту конкурентної боротьби впливають різні чинники: кількість конкуруючих підприємств збільшується і коли вони стають відносно порівнюваними з погляду розмірів і можливостей; попит на продукт зростає повільно; попит на товари або послуги вирізняється значними сезонними коливаннями; товари підприємства недостатньо диференційовані; суперництво зростає відповідно до розміру віддачі від успішних стратегічних маневрів; коли залишати ринок виявляється дорожчим, ніж продовжувати конкурентну боротьбу; конкуренція набуває гострого та непередбачуваного характеру під час поглиблення розбіжностей між підприємствами в підходах до стратегій, кадрового складу, загальних пріоритетів, ресурсів.

Отже, в умовах зростаючої конкуренції на ринку успішність підприємств визначається ефективністю управління маркетинговою діяльністю. Знання актуальних інструментів управління маркетинговою діяльністю і вміння застосовувати їх на практиці дає конкурентну перевагу підприємствам, допомагає досягти бажаних результатів на ринку. Застосування маркетингових технологій в діяльності підприємств дозволяє підвищити ефективність управління, зокрема сприяє: раціонального використання та спеціалізації управлінської праці, в першу чергу, маркетологів; регулярному контролю, що дозволяє виявити і усунути відхилення на кожному етапі діяльності; розробці ефективних методів вирішення конкретних маркетингових завдань і поширенню цього досвіду; адаптації наукових методів і засобів управління.

## Література

1. Мандич О.В., Романюк І.А., Нікітіна О.М. PR-маркетинг як один з інструментів підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Вісник ХНТУСГ : економічні науки*. Вип. 177. 2016. С. 160-165.