

# МАРКЕТИНГОВО-ОРІЄНТОВАНИЙ ПІДХІД ЯК МЕТОДОЛОГІЧНА БАЗА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

*Сековой О.Д., магістрант,  
Харківський національний технічний університет сільського  
господарства імені Петра Василенка*

Маркетинг є цілеспрямованим процесом, який вимагає постійного спостереження та управління, то весь управлінський процес повинен здійснюватися в рамках єдиної системи планування маркетингу. В рамках маркетингового планування визначається поле діяльності підприємства щодо конкретної області вирішуваних проблем, окремих груп споживачів (сегментування ринків) і вибраних національних і регіональних ринків, на яких реалізовується продукція.

Важливість маркетингово-орієнтованого підходу в управлінні підприємствами полягає в формуванні нового образу мислення керівників, нової філософії управління, в основі якої лежить прагнення до максимального ступеня задоволення виявлених потреб споживачів та клієнтів шляхом виготовлення продукції, що є актуальною та затребуваною саме в цей період часу. Використання маркетингу при прийнятті управлінського рішення дозволяє враховувати стан, динаміку попиту і кон'юнктури ринку, створює умови для пристосування виробництва до вимог ринку, сприяє формуванню сприятливого інвестиційного клімату. Необхідність використання маркетингового підходу обумовлена і тим, що він сприяє розкриттю потенційних можливостей підприємства.

Основною метою маркетингово-орієнтованого підходу до управління розвитком підприємства є забезпечення виживання цього підприємства в умовах ринкових відносин. Найважливішими завданнями маркетингово-орієнтованого підходу до управління розвитком підприємства слід вважати:

– запобігання витратам всіх видів ресурсів, пов'язаних з виробництвом та виведенням на ринок товарів і послуг, які не користуються попитом;

– запобігання (або мінімізація) витрат всіх видів ресурсів, пов'язаних з виробництвом і виведенням на ринок товарів і послуг, за якими стимулювання попиту не дозволяє досягти цілей фірми;

– цільове використання всіх видів ресурсів для забезпечення повного задоволення потреб і запитів потенційних покупців товарів і послуг, виведених фірмою на ринок;

– формування умов для реалізації принципу соціально орієнтованої діяльності фірми, яка враховує потреби і запити співробітників фірми, конкретних споживачів товарів і послуг, суспільства в цілому;

– формування умов для розширеного відтворення і підтримки на потенційних ринках товарів і послуг, а також в громадській думці в країні і за кордоном сприятливого образу (іміджу) фірми як надійного та стабільного ділового партнера.

Посилення маркетингової складової в системі управління будь-яким підприємством збільшуватиме можливості побудови більш ефективної системи управління. Адже активізуватиметься діяльність щодо вивчення ринку, удосконалення товарної, цінової та інших видів маркетингової політики. Виникатиме об'єктивна необхідність формування цілісної, структурно інтегрованої системи управління. Маркетингова орієнтація підприємства відкриває можливості використання принципово нових технологій його розвитку, в тому числі і сучасних, які дозволяють певною мірою нівелювати вплив факторів пов'язаних з неефективністю інституцій, монополізмом, нераціональною поведінкою держави як суб'єкта державного регулювання тощо.

Обираючи маркетингово-орієнтований підхід до управління розвитком підприємства, керівники мають на меті підвищення іміджу компанії та товарів, які вона виробляє, за рахунок використання маркетингових інструментів. Саме маркетингова орієнтація стає ключовим елементом системи управління підприємством, його зростання в довгостроковій перспективі.

### **Література:**

1. Мандич О.В. Стратегії підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств: інструментальний підхід. Вісник ХНТУСГ : економічні науки. Вип. 172. 2016. С. 141-147.
2. Войчак А., Шумейко В. Дослідження сучасних концепцій маркетингу та маркетингового менеджменту. Маркетинг в Україні. 2009. № 4. С. 52-55.
3. Романюк І.А. Елементи й особливості маркетингових стратегій розвитку підприємств галузі туризму. Наукове забезпечення економічного розвитку, правового регулювання і управління в агропромисловому комплексі: матер. Міжнар. наук.-практ. конф., 29 березня 2019 р. Полтава: ПДАА, 2019. С. 189-190.

Науковий керівник – Мандич О.В., д.е.н., професор.

## **THE ESSENCE AND TASKS OF MANAGEMENT OF THE PROFESSIONAL DEVELOPMENT OF THE LABOR RESOURCES OF THE ENTERPRISE**

*Semenenko A., undergraduate,  
Kharkiv Petro Vasylenko national technical university of  
agriculture*

The enterprise staff is its special human resource. Accordingly, the effective functioning of any enterprise is primarily determined by the degree of development of its staff. In view of this, managing its development and movement is an important component of the overall labor management system.

The management of development and movement of labor