

УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ У ПРОЦЕСІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Глєбов Д.М., магістрант

Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Вплив зовнішніх та внутрішніх факторів визначає ефективність функціонування будь якого підприємства в сучасних умовах ринкового розвитку. Маркетингова діяльність виступає основним елементом, що дає можливість суб'єкту економічних відносин встановлювати та підтримувати зв'язки з споживачами, постачальниками, інвесторами та ін. Саме маркетинг інформує клієнтів компанії про її продукти/послуги, стимулює їх інтерес та, в кінцевому результаті, допомагає їм прийняти рішення відносно купівлі того чи іншого товару. При цьому маркетингова політика компанії допомагає формувати попит, імідж, лояльність, конкурентні переваги тощо. Враховуючи вплив маркетингової діяльності на ефективність бізнесу, в сучасному світі важко уявити компанію, яка б частково або повністю не використовувала маркетинг в процесі свого функціонування. У структурі маркетингу виділяють різні види маркетингової діяльності ефективність яких визначається специфікою підприємства та стратегіями його розвитку [1].

Ефективне управління маркетинговою діяльністю вимагає, в першу чергу, повного розуміння сутності маркетингового менеджменту та етапів його здійснення.

В управлінні маркетинговою діяльністю основна задача фахівців полягає в тому, щоб синхронізувати процес управління складовими маркетинг-міксу так, щоб кожна з них, реалізуючи своє функціональне призначення, одночасно забезпечувала підвищення ефективності інших складових і в результаті зростав синергічний ефект [2]. Загалом процес управління маркетингом в компаніях реалізується за трьома напрямками:

- розробка та управління комплексом маркетингу;
- керівництво маркетинговим відділом;
- внутрішній маркетинг.

В економічній науці під моделлю управління маркетинговою діяльністю організації розуміють сукупність визначених суб'єктів, об'єктів, інструментів та методів управління, що у процесі взаємодії між собою спрямовані на ефективне управління маркетинговою діяльністю організації [3, 4].

Сьогодні суб'єкти господарської діяльності функціонують в

нестабільних умовах. Вони не можуть практично повністю пристосуватися до динамічних змін, що відбуваються на ринку, що, в свою чергу, відображається на ефективності маркетингового менеджменту. Для успішного функціонування на ринку наразі керівництво компанії має пам'ятати, що процес управління маркетингом має формуватися на маркетингових дослідженнях ринку, можливостях компанії швидко реагувати на зміну факторів, як у внутрішньому так і в зовнішньому середовищі тощо.

Список використаних джерел

1. Квятко Т.М., Мандич О.В., Севідова І.О., Бабко Н.М., Романюк І.А., Вітковський Ю.П., Микатись А.В. Маркетингові дослідження: Навч. посіб. Харків: ХНТУСГ, 2020. 163 с.
2. Kviatko T. Features of business ecosystem formation in modern conditions. University Economic Bulletin. 2023. № 57. P. 57-62.
3. Вітковський Ю.П. Агрмаркетинг в Україні: аспекти розвитку // Вісник ХНТУСГ. Економічні науки. 2019. Вип. 206. С. 193–201.
4. Бабко Н.М., Дузькрятченко В.В., Микитась А.В. Особливості маркетингової діяльності компанії в умовах пандемії коронавірусу. Університетські наукові записки. 2020. № 3–4(75–76). С. 86–92.

ЦИФРОВІЗАЦІЯ БІЗНЕСУ: НЕ ТІЛЬКИ МОЖЛИВІСТЬ, АЛЕ Й НЕОБХІДНІСТЬ

Голованова М.А., канд. техн. наук, доц.

Національний аерокосмічний університет ім. М.Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут», м. Харків, Україна

Цифровізація бізнесу означає не тільки покращення управління бізнесом за допомогою використання нових технологій, але й знання того, як визначити правильні технології, такі, які можуть принести загальне покращення компанії. Можна говорити, що цифровізація бізнесу – це культурна, організаційна та операційна зміна бізнесу в межах економічної екосистеми, яка відбувається через свідому інтеграцію цифрових технологій, процесів і навичок у всі бізнес-процеси поступово та стратегічно. Цифрова трансформація бізнес-процесів передбачає використання технологій створення цінностей, продуктивності, швидкості, гнучкості та масштабованості.