

АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУПЕРМАРКЕТІВ МІСТА ХАРКОВА

Сендецька Н.В., гр. МР-56

Науковий керівник – канд. екон. наук. доц. Парцирна Т.М.
Харківський державний університет харчування та торгівлі

В сучасних умовах господарювання, важливим є прийняття об'єктивних рішень, які ураховують дефіцит часу і ресурсів та посилюють, обґрунтовують ефективну стратегію розвитку підприємства. Вказана система заходів, передбачає вивчення маркетингового потенціалу який забезпечив би досягнення заданих результатів (цілей) найбільш раціонально.

Аналіз комплексу маркетингового потенціалу підприємства дозволяє:

- зменшити до мінімуму негативні наслідки змін, що відбуваються, а також факторів “невизначеності майбутнього”;
- можливість враховувати об'єктивні (зовнішні і внутрішні фактори), що формують зміни, зосередиться на вивченні цих факторів; сформулювати відповідні інформаційні банки;
- можливість зробити організацію більш керованою, оскільки при наявності системи стратегічних планів є можливість порівнювати досягнуті результати з поставленими цілями, конкретизованими у вигляді планових завдань.
- створення виробничого потенціалу і системи зовнішніх зв'язків, що сприятливі до змін і дають можливість досягти цілі.

Існує велика кількість думок щодо оцінки маркетингового потенціалу, враховуючи це нами було проведено дослідження, яке включало аналіз ринку, аналіз місцерозташування торговельних підприємств а також виробничий потенціал підприємств роздрібно торгівлі.

Аналіз проводився двома способами: методом опитування споживачів (анкетування) та методом експертних оцінок, що дозволило надати кількісний вимір явища, що характеризується якісними сторонами. Дослідження показало, що маркетинговий потенціал підприємства визначається ємкістю ринку та купівельною спроможністю населення. Маркетинговий потенціал залежить від матеріального, фінансового, трудового та інформаційного ресурсів, самого торговельного підприємства.

Результати аналізу дозволили виявити резерви та шляхи удосконалення маркетингової діяльності підприємств роздрібно торгівлі.