МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

Ярова А.О., здоб. ОС «бакалавр»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Р.М. Остапенко**
Державний біотехнологічний університет

Маркетингові аспекти управління підприємством відіграють важливу роль у забезпеченні успіху та конкурентоспроможності на ринку. Це сфера управління, яка дбає про розуміння та повагу довіри та очікувань клієнтів, а також про створення та просування товарів і послуг підприємства.

Маркетинг схожий на фею-хрещену матір бізнесу: вся справа в тому, щоб усе відбувалося. Маркетингові аспекти управління охоплюють стратегічне планування і впровадження методів, які гарантують, що продукти або послуги компанії досягають потрібної аудиторії, у потрібний час і правильним способом.

Управління маркетингом - це пошук ідеального балансу між творчістю і стратегією. Він охоплює аналіз ринкових тенденцій, дослідження конкурентів і розробку інноваційних підходів до залучення та утримання клієнтів. Ключові принципи управління маркетингом включають орієнтацію на клієнта, ухвалення рішень на основі даних, постійну адаптацію до змін ринку і мистецтво розповідання історій, які допоможуть вашому бренду виділитися на багатолюдному ринку.

Перш ніж з головою зануритися в маркетингові кампанії, важливо зрозуміти ринок, на який ви виходите. Дослідження ринку охоплює збір та аналіз даних, щоб отримати уявлення про вашу цільову аудиторію, її вподобання та загальну динаміку ринку. Такі методи, як опитування, фокус-групи, інтерв'ю та аналіз даних, можуть допомогти розкрити цінну інформацію про купівельні звички ваших клієнтів, стратегії конкурентів і нові тенденції.

У маркетингу не всі підходять під одну гребінку. Сегментація ринку дає змогу вам розділити аудиторію на окремі групи на основі таких характеристик, як демографія, психографіка та поведінка. Розуміючи різні сегменти, ви можете адаптувати свої маркетингові зусилля, щоб охопити потрібних людей з правильним повідомленням. Визначення цільової аудиторії допомагає зосередити ваші ресурси і гарантує, що ваші маркетингові зусилля знайдуть відгук у тих, хто з найбільшою ймовірністю стане клієнтами.

У ділових джунглях дуже жорстка конкуренція, але не хвилюйтеся, у вас теж є кігті. Аналіз сильних і слабких сторін ваших конкурентів дасть вам змогу знайти свої унікальні переваги і виділитися з натовпу. Визначивши, що робить ваш бізнес особливим, ви зможете розробити стратегії і тактики, які максимально використовують ваші конкурентні переваги. Уся справа в тому, щоб знайти свою перевагу і використати її, щоб затьмарити конкурентів.

У світі маркетингу стратегія - це ваша секретна зброя. Це загальний план, у якому описуються ваші цілі та кроки, необхідні для їх досягнення. Встановивши чіткі цілі та визначивши завдання, які сприяють досягненню цих цілей, ви можете узгодити свої маркетингові зусилля із загальними бізнес-цілями. Чи то підвищення впізнаваності бренду, розширення частки ринку або запуск нового продукту, чи то надійна маркетингова стратегія визначає шлях до успіху.

Маркетинг без комунікації подібний до пісні без слів: він просто не має сенсу. Ефективна комунікація відіграє життєво важливу роль у маркетингу, передаючи послання вашого бренду, вибудовуючи стосунки з клієнтами і переконуючи їх вжити заходів. Будь то реклама, зв'язки з громадськістю, соціальні мережі або контент-маркетинг, комунікація - це міст, який з'єднує ваш бізнес з вашою цільовою аудиторією.

Аналіз даних та вимірювання результатів є надзвичайно важливими для цифрового маркетингу. Вони допомагають підприємствам зрозуміти ефективність своїх кампаній та вносити корективи в стратегію. Це дозволяє компаніям зосередитися на тих аспектах, які працюють найкраще, і вдосконалювати їх, а також уникати тих, які не дають бажаних результатів. Аналіз даних також допомагає підприємствам зрозуміти своїх клієнтів і їх потреби, що дозволяє створювати більш ефективну стратегію маркетингу. Вимірювання результатів дозволяють побачити, наскільки успішною була кампанія, і зробити необхідні корективи. Це допомагає підприємствам зберегти час і гроші, а також зберегти репутацію компанії.

Вони допомагають зрозуміти своїх клієнтів, визначити цільову аудиторію, створювати продукти і послуги, а також ефективно комунікувати і просувати підприємство на ринку.

Серед методів просування можна виділити рекламу, PR-активності, продажі та суспільні відносини. Важливо створити впізнаваний і привабливий бренд, який викликатиме позитивні емоції у споживачів. Комунікація охоплює не тільки спілкування з клієнтами,

а й співпрацю з партнерами, постачальниками та іншими зацікавленими сторонами.

Сьогодні існує безліч каналів комунікації, включно з соціальними мережами, електронною поштою, мобільними додатками та традиційними ЗМІ. Важливо вибрати ті канали, які найбільш ефективні для вашої цільової аудиторії та триматися на пульсі останніх тенденцій у світі маркетингу.

Маркетингові аспекти управління підприємством є частиною успішної бізнес-стратегії. Ринкова аналітика, маркетингова стратегія, управління комунікаціями та інші аспекти допомагають підприємству визначити свою позицію на ринку і домогтися конкурентних переваг. Використання маркетингових інструментів і постійна адаптація до потреб ринку допомагають підприємству залучити й утримати клієнтів, забезпечуючи їхній довгостроковий підхід.

В сучасному світі цифровий маркетинг є надзвичайно важливим, оскільки надає безмежні можливості для залучення клієнтів та відстеження ефективності кампаній. підходи до маркетингу: продуктовий та концептуальний. Він вказує на важливість знаходження балансу між ними та на підборі підходу, який найкраще відповідає цільовій аудиторії та галузі. Ціноутворення розглядається як ключовий аспект маркетингу, який впливає на прибутковість підприємства. Важливо встановлювати ціни, які відображають вартість продукту, але також враховувати ринкові фактори та конкуренцію.

Маркетинг є невід'ємною частиною успішного управління підприємством, і його ефективне використання допомагає підприємству залучати та утримувати клієнтів. Що стимулює бажання бути відвертим та постійного вдосконалення маркетингових підходів для досягнення успіху на ринку.

Інформаційні джерела

1. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг ; пер. с англ. - М.: Вильямс, 2007. - 816 с.
2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер ; пер. с англ. - М.: Вильямс, 2012. - 816 с.
3. Портер М. Конкуренция / Майкл Портер ; пер. с англ. - М.: Вильямс, 2005. - 608 с.
4. Ніценко В.С., Мазіна К.С., Цуканов О.Ю., Остапенко Р.М. Соціально-економічні імперативи розвитку України. Вісник ХНАУ. Серія : Економічні науки. 2017. № 4. С. 41–58. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhnau_ekon_2017_4_7.