

УДК 339.13

Критюк У. –ст. гр. БКмз-51

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ОСНОВНІ ЗАВДАННЯ МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Науковий керівник: к.е.н., доцент Якимішин Л. Я.

Krytyuk U.

Ternopil Ivan Pul'uj National Technical University

THE BASIC TARGET OF MARKETING ON ENTERPRISE

Supervisor: Ph.D., Associate Yakymyshyn L.Y.

Ключові слова: ринок, маркетинг, маркетингова діяльність підприємства.

Keywords: market, marketing, marketing of the enterprise.

Як показує досвід організації маркетингової діяльності, на промислових підприємствах України існує ряд істотних недоліків при формуванні організаційних структур управління маркетингом, які впливають на ефективність маркетингових дій. Серед них:

- відсутність комплексного підходу до визначення організаційної структури служби маркетингу на підприємстві;
- недостатнє охоплення виконанням усіх функцій системи маркетингу;
- не всі види маркетингової діяльності підпорядковані одному лінійному керівникові;
- діючі організаційні структури управління орієнтовані більше на збутову діяльність.

Причини цих недоліків пов'язані з відсутністю відповідних методик щодо формування та вдосконалення організаційних структур управління маркетингом на вітчизняних промислових підприємствах і методичних положень щодо виконання функцій системи маркетингу, а також з відсутністю кваліфікованих кадрів для проведення маркетингових досліджень, розробки системи стратегії та тактики маркетингових заходів, управління елементами маркетингової діяльності.

Для успішного формування та функціонування служби маркетингу на промислових підприємствах проектна діяльність повинна охоплювати такі завдання:

- визначення шляхів та розробка заходів щодо переорієнтації виробничо-збутової діяльності підприємства за концепцією маркетингу.
- розробка методик формування та вдосконалення організаційної структури управління маркетинговою діяльністю підприємства.
- розробка методик виконання маркетингових функцій.
- здійснення маркетингових досліджень на всіх рівнях ієрархії управління.
- підготовка кваліфікованих кадрів для здійснення маркетингової діяльності на підприємстві.
- забезпечення ефективного координаційного керівництва маркетинговою діяльністю.
- створення відповідного інформаційного забезпечення системи управління маркетинговою діяльністю.

Дотримання основних принципів проектування організаційної структури служби маркетингу, врахування практичного досвіду організації та управління маркетингом, а також виконання згаданих завдань забезпечить досягнення ефективних результатів маркетингової діяльності підприємства.