

УДК 621.326

Головатюк Т. – ст. гр. БКМ-51

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ОЦІНКА ВПЛИВУ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ НА УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Науковий керівник: к. е. н., доцент Рожко Н.Я.

Набуття Україною статусу країни з ринковою економікою надає можливість створення більш сприятливих умов для подальшого розвитку промислових підприємств. Бізнес-середовище країни складається з великої кількості підприємств різних масштабів та форм власності, а це, у свою чергу, сприяє посиленню конкурентної взаємодії між підприємствами та потребує дотримання сучасного рівня якості товарів, що представляються на ринок. Тому нагальним є питання постійного удосконалення продукції, та посилення конкурентних позицій підприємства шляхом використання різних маркетингових інструментів. Вибір стратегії для вирішення таких завдань залежить від низки економічних, політичних, соціальних та інших чинників.

Треба зазначити, що на сучасному українському ринку існує високий рівень конкуренції. Тому для промислових підприємств, головною метою функціонування є створення та посилення власної конкурентної позиції в обраному ринковому сегменті, використовуючи маркетинг як основний інструмент досягнення цієї мети.

Роботи таких вчених, як Дж. Еванс, П. Друкер, Ф. Котлер, М. Мак-Дональд, Х. Хершген, Є.Ф. Авдокушин, Л.В. Балабанова, Г.Л. Багієв, С.С. Гаркавенко, А.А. Горелова, В.Л. Дикань, А.І. Кредисов, Р.Р. Ларіна, А.А. Пилипенко, В.Г. Шинкаренко, Т.М. Циганкова присвячено питанням використання маркетингу у процесах удосконалення економічної діяльності.

Однак необхідно зазначити, що всі дослідження та розробки зарубіжних вчених направлені на застосування у найрозвинутіших національних економіках і зовсім не орієнтовані на країни, що знаходяться на початковому етапі розвитку ринкової економіки. Недостатньо дослідженим залишається ряд питань, що пов'язані саме з оцінкою застосування маркетингових інструментів, спрямованих управління конкурентними позиціями промислового підприємства.

Здійснити оцінку впливу маркетингового інструментарію на конкурентоспроможність допоможе застосування методики оцінки конкурентної позиції підприємства, що здійснює вплив на показник ефективності функціонування промислового підприємства, що надасть змогу удосконалити власну виробничо-комерційну діяльність а уникнути критичного стану господарювання.