

УДК 339.13

Костів Віта

Kostiv Vita

Тернопільський кооперативний торговельно-економічний коледж

НЕОБХІДНІСТЬ ВРАХУВАННЯ РИЗИКІВ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

THE NEED TO CONSIDER RISK IN MARKETING ACTIVITIES

Маркетингова діяльність за своєю суттю спрямована на визначення, аналіз і урахування факторів, які впливають на процеси виробництва продукції і її просування на ринку. В основі маркетингу лежить аналіз ринку за обраними напрямками.

Спираючись на результати дослідження маркетологів їхнє керівництво на основі цього робить вибір стратегії і тактики розвитку на перспективу, планує виробничо-збутову і фінансову діяльність. Але при цьому практично неможливо з повною достовірністю вважати, що виконаний аналіз всієї необхідної інформації, що вірно враховані всі фактори, які впливають на розвиток кон'юнктури конкретних товарних ринків і економіки країни у цілому.

З іншого боку, реалізація маркетингових заходів проходить у ринковому середовищі, стан якого весь час змінюється під впливом багатьох різних факторів, які переважно є незалежними від дій певного підприємства.

З цих причин важливі маркетингові рішення приймаються на основі неповної, неточної та суперечливої інформації, тобто в умовах ризику і його необхідно належним чином оцінювати і враховувати.

Тому важливим завданням є вивчення ризику у всіх сферах людської діяльності, в тому числі і в маркетингу.