

Все указанные выше проблемы требуют кардинальной перестройки организации работы маркетинговых служб, возникает необходимость развивать их лидерский потенциал.

Литература:

1. Лекарства для маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.satio.by/publications/researches/202.html>. – Дата доступа: 02.03.2016.

2. Тяжело быть маркетологом в Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://marketing.by/mnenie/tyazhelo-byt-marketologom-v-belarusi/>. – Дата доступа: 12.03.2016.

Использование маркетинговой деятельности в управлении предприятием

Я.Н. Губин

Минский инновационный университет, магистрант

Научный руководитель: А.А. Гребнев, к.т.н., доцент

На современном этапе своего существования маркетинговая деятельность в управлении предприятием играет ключевую роль, что не раз подтверждал опыт «выживаемости» иностранных предприятий и компаний.

К сожалению, в Республике Беларусь далеко не на всех предприятиях выработан подход к управлению, который основывается на результатах маркетинговой деятельности. Существующие подходы в управлении устарели и зачастую не могут эффективно влиять на управление предприятием, развивать и совершенствовать производство, и самое главное, не могут обеспечивать стабильную работу предприятия, не говоря уже о развитии и расширении. Один из самых неверных способов управления организацией производства – плановое производство. На многих крупных и малых предприятиях до сих пор используется этот подход с доведением плановых определенных показателей. Это приводит к тому, что все склады готовой продукции предприятий постепенно заполняются продукцией, на которую нет потенциальных покупателей, что в свою очередь блокирует работу предприятия. Этот способ использовался еще с времен плановой экономики, когда реалии рынка были совсем другими и выпускаемую продукцию удавалось сбывать в соответствии с ранее установленным планом.

Сейчас же вопросы управления предприятием, вопросы сбыта и, самое главное, планирования выпуска продукции и ее реализации должны решаться только на основе маркетинговой деятельности и полученной информации.

Маркетинговая деятельность любого предприятия – это работа на перспективу. В этом заинтересованы все участники рынка. Эффективные способы управления строятся на использовании специфических методов в текущей и перспективной маркетинговой деятельности.

Методы, характер и формы маркетинга имеют очень существенные различия в степени влияния и зависят от вида продукции, на который направлена маркетинговая работа. Например, при поставках сложного оборудования отношения между потребителем и производителем носят устойчивый и длительный характер. Они начинаются задолго до заключения контракта на поставку и продолжают длительное время после введения продукции в эксплуатацию, а также на условиях гарантийного обслуживания либо проведения обслуживания за плату. Так как любой производитель всегда рискует в отношении произведенного продукта, то он должен использовать как можно более точные методы изучения потребностей и спроса рынка. Чем лучше поставлена маркетинговая деятельность, тем более верны управленческие решения.

Поэтому для каждого предприятия первостепенная работа должна быть направлена на тщательное исследование рынка, поиск «своего» продукта и покупателя, изучение предлагаемых товаров фактическими и потенциальными конкурентами и окончательное определение рыночной «ниши». Также важно понимать, что в условиях научно-технических открытий, развития технологий и методов производства выживает тот, кто будет своевременно адаптироваться ко всем происходящим изменениям, будет внедрять в производство современные технологии и методы, выпускать наиболее эффективную и качественную продукцию.

Таким образом, все функции управления, которые опираются на маркетинговую деятельность, тесно взаимосвязаны с подходами к решению задач производства конкурентоспособной продукции, построения производства с минимальными издержками с целью получения прибыли. Эффективно управлять предприятием можно только опираясь на полученную информацию с использованием направлений маркетинговой деятельности.