

ЭФФЕКТИВНОСТЬ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Развитие рыночных отношений требует более широкого применения маркетинга в различных областях человеческой деятельности. Однако его практическое использование сопряжено с наличием ряда проблем, обусловленных в большинстве случаев непониманием сущности и возможностей маркетинга. Сегодня предприятию, чтобы наиболее эффективно работать на рынке, необходимо организовать и реализовать свою маркетинговую деятельность. В Беларуси в настоящее время проблемой является создание работоспособных, эффективных служб маркетинга на предприятиях.

Многие руководители осознали, что в условиях реформирования экономики, усиления конкуренции на рынке службы маркетинга нужны, но по-прежнему они созданы на небольшом количестве предприятий. Помимо этого, в некоторых случаях они созданы формально.

Нами выполнен анализ практической деятельности служб маркетинга двух крупных предприятий Бреста. Результаты анализа представлены в таблице.

Результаты анализа маркетинговой деятельности предприятий

№	Функция, выполняемая в отделах маркетинга	ОАО "Брестский молочный комбинат"	ОАО "Ковры Бреста"
1	2	3	4
1	Комплексное исследование рынка	Присутствует в полной мере	Практически отсутствует
2	Прогнозирование рынка	Присутствует постоянно	Отсутствует
3	Оценка собственных возможностей (ситуационный анализ)	Постоянно	Осуществляется эпизодически
4	Формулировка целей на близкие и далекие перспективы	Присутствует постоянно	Присутствует
5	Разработка стратегии производства нового товара	Производится в полной мере	Практически отсутствует
6	Разработка тактики фирмы	Производится постоянно	Частично

1	2	3	4
7	Планирование товарооборота, сбыта, сервиса	Присутствует в полной мере	Не в полном объеме
8	Формирование спроса и стимулирование сбыта	Производится постоянно	Осуществляются эпизодически
9	Разработка и реализация ценовой политики	В полной мере	Не в полном объеме
10	Информационное обеспечение	Постоянно	Частично
11	Анализ и контроль	Постоянные	Присутствуют частично
12	Управление маркетингом	В полной мере	Отсутствует

На ОАО "Брестский молочный комбинат" маркетинговая деятельность ориентирована на анализ перспектив потребительского рынка и максимально возможное их удовлетворение. Предприятие пытается заглянуть в завтрашний день и уже сегодня ориентирует свои возможности на удовлетворение перспективных потребностей. На ОАО "Ковры Бреста" маркетинговая деятельность носит ограниченный характер и ориентирована на решение проблем дня сегодняшнего, т.е. на реализацию уже произведенных товаров. Разность подходов маркетинговой деятельности определяет конечный результат деятельности предприятий. ОАО "БМК" является преуспевающим предприятием города. Финансовое положение ОАО "Ковры Бреста" оставляет желать лучшего: мощности предприятия загружены частично, персонал занят неполную рабочую неделю, имеют место задержки заработной платы, проблемы, связанные с техническим перевооружением производства и т.д. Анализ положения дел показал, что степень работоспособности службы маркетинга существенно влияет на укрепление позиций предприятия на рынке и на его финансовую устойчивость.

И.Л. Перевозникова
БГЭУ (Минск)

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА ЭЛЕКТРОУСТАНОВОЧНЫХ ПРИБОРОВ

В настоящее время рынок электроустановочных приборов на территории как Республики Беларусь, так и Российской Федерации, представляет собой совокупность мелких и крупных, национальных и иностранных фирм-производителей. Для организации работы на рынке электроустановочных приборов фирме нужна раз-