

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЯК ОСНОВА УСПІШНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ

О.В. Заєць

Керівник – ст. викл. О.О. Кутас

Урізноманітнення форм конкуренції і прагнення зменшити ступінь ризику вкладання капіталу у різні галузі виробництва не може ґрунтуватися лише на інтуїтивному відчутті та поверхневих уявленнях про лабіринти ринкових стосунків. За цих умов саме маркетингові дослідження як розгалужена система загальнонаукових знань, спеціальних технологій та аналітичних процедур управління виробничо-збутовими і торгівельними процесами в умовах динамізації запитів і потреб споживачів, виконують вказівну роль на тернистому шляху конкуренції в ринкових умовах.

На сьогодні ключова роль у визначенні маркетингової стратегії належить дослідженням, які обґрунтовують: 1) вибір цільового ринку; 2) розроблення товару чи послуги; 3) політику ціноутворення; 4) збут товару та реалізацію послуг; 5) просування товарів та послуг; 6) престижну рекламу; 7) персоніфікацію продажу; 8) стимулювання збуту чи попиту та 9) формування позитивного іміджу.

Вивчення діяльності ВАТ „Сіріалія Україна” (м. Бориспіль) показали, що врахування результатів професійних маркетингових досліджень дозволяє оптимізувати організацію виробництва товарів, упорядкувати процеси купівлі, продажу, сприяти зростанню попиту, покращити процес транспортування, спростити процедури оплати та уникнути можливих ризиків. Особливу роль маркетингові дослідження відіграють у налагоджуванні зв'язків з громадськістю та рекламуванні товарів і послуг.

Отже, поряд з процесами збирання, обробки та аналізу інформації, неохідної для успішних дій, дослідження складають основу маркетингової та рекламної діяльності.