

АНДРІЄНКО М., РАЙКО Д.В., доцент, канд. екон. наук

ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

На сьогоднішній день ринки стали насиченими, через високу конкуренцію споживачу пропонується дуже великий вибір товарів. Тому сьогодні маркетинг – це шлях до завоювання споживача. Орієнтація підприємств на маркетинг дозволить їм досягти успіхів в завоюванні споживацьких ринків. Маркетингова діяльність є дуже важливою, а частіше й рішучою складовою діяльності підприємства в конкурентній боротьбі на ринку. Таким чином, розуміння сутності маркетингової діяльності є дуже актуальним в наш час.

Тому метою дослідження є аналіз літературних джерел та визначення сутності поняття маркетингової діяльності.

Було проведено аналіз літературних джерел щодо визначення поняття маркетингової діяльності вітчизняними та зарубіжними авторами і зроблено висновок, що маркетингову діяльність вони розглядають з різних позицій, а саме: з точки зору сукупності видів діяльності; виконаних функцій; цілей діяльності та маркетингу в комплексі. Запропоновано визначення поняття маркетингової діяльності, яке враховує необхідні компоненти для досягнення підприємством його цілей: під маркетинговою діяльністю слід розуміти систему організації комплексу маркетингу, орієнтовану на задоволення потреб споживачів і досягнення цілей підприємства.

Аналіз існуючих поглядів на маркетингову діяльність дозволив зробити висновки про те, що у даний час недостатньо розглянуто значення маркетингової діяльності для підприємств, які повинні виживати в умовах сучасної ринкової конкуренції. Тому, маркетингова діяльність повинна розглядатися як важлива складова діяльності підприємства, яка сприяє задоволенню потреб споживачів та направлена на досягнення цілей підприємства.

Список літератури: 1. Бушуєва Л.І. Інформаційно-аналітичне забезпечення маркетингової діяльності організацій: теорія і методологія статистичного дослідження. Видавництво „Академія Природознавства”, 2007.