

*Райко Д.В., Україна, Харків*

## **ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА**

На основі результатів опитування керівників з маркетингу було виділено чинники впливу на розвиток підприємства та доведено, що вони враховують всі сторони діяльності підприємства в комплексі, а також відбивають інтереси власників, персоналу, споживачів, партнерів, не суперечать інтересам регіону та держави та їх необхідно використовувати як класифікаційні ознаки розвитку промислового підприємства, що свідчить про формування системи маркетингу промислового підприємства. Оцінку ефективності маркетингової діяльності проведено за багатофакторною регресійною моделлю.

*Райко Д.В., Україна, Харків*

## **ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯЛЬНОСТИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

На основании результатов опроса руководителей маркетинга были выделены факторы, влияющие на развитие предприятия и доказано, что они учитывают все стороны деятельности предприятия в комплексе, а также отражают интересы собственников, персонала, потребителей, партнеров, не противоречат интересам региона и государства и их необходимо использовать как классификационные признаки развития промышленного предприятия, что свидетельствует о формировании системы маркетинга промышленного предприятия. Оценку эффективности маркетинговой деятельности проведено с помощью регрессионной модели.

*Rayko D.V., Ukraine, Kharkov*

## **THE ANALYSIS OF MARKETING ACTIVITY EFFECTIVENESS**

Based on the results of questioning of marketing managers and references research and it has been proved that they take into consideration every kinds of enterprise activity, and also reflect owner, staff consumer, partner interests, do not contradict the interests of the region and the state and it is necessary to use them as classificational attributes of enterprise development, which is indicative of enterprise marketing system formation. The analysis of marketing activity effectiveness has been made according to multifactor regressive model.