

управління вітчизняним виробництвом продукції, технологій на основі врахування та використання світового інноваційного досвіду;

– управління розвитком в Україні високотехнологічного виробництва має відбуватися шляхом стимулювання внутрішнього ринку споживання високотехнологічної продукції. Основні обсяги споживання мають сформуватися при реалізації крупних проектів, які мають загальнонаціональне значення, наприклад ті, що стосуються розбудови на території України існуючої мережі міжнародних транспортних коридорів за рахунок реконструкції або організації нових маршрутів.

Наразі необхідно розробити комплексну систему заходів стимулювання розвитку високих технологій, впровадження яких відбуватиметься за допомогою таких інструментів: вплив на макрофактори розвитку високих технологій; приведення законодавства до європейських норм в галузі високих технологій; державні програми щодо відкриття центрів конструкторських розробок і прототипування та розміщення виробництв мультинаціональних корпорацій; створення дієвого механізму відбору, підтримки та комерціалізації наукових досліджень та інновацій.

УДК 658.8

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА ЇЇ ПРІОРИТЕТИ

*Каличева Н.Є., к.е.н, доцент (УкрДУЗТ)
Науменко М.О., д.філ.екон.напр,
професор (НАНГУ)*

В сучасних ринкових умовах фінансова криза негативно впливає на економіку всіх країн світу. Економіка України є відкритою тому, болісно відчуває на собі її вплив. Сьогодні на діяльність усіх вітчизняних підприємств істотно впливають зміни у політичному та економічному середовищі.

Під час кризи зростає рівень інфляції і споживачі опиняються в умовах економії.

Реклама та класичні інструменти для просування стали менш ефективними, а від так і ефективність маркетингової діяльності зменшилась через падіння купівельної спроможності споживачів. Адже, з метою зниження ціни на товар виробники часто погіршують його якість та зменшують сервіс.

У кризовий період маркетингова діяльність підприємства має бути націлена на пошук нових перспективних ринків та ринкових можливостей: припинення діяльності в тих сегментах, де фірма слабка, перегляд асортименту продукції чи послуг, корегування ціни та каналів просування, які використовує підприємство для того, щоб відповідні витрати стали більш ефективними.

Вплив кризи на розвиток продуктивних сил України має яскраво виявлений регіональний характер. Підприємства – основні експортери вітчизняної продукції за кордон (металургія, хімія та інші) в основному тяжіють до східних промислових регіонів України. Таким чином, можна припустити, що промисловість саме цих областей відчула на собі весь тягар кризи.

Так, одним із способів виходу з кризового стану є активізація використання активів внутрішніх інвесторів, які є досить значними. Однак, внутрішні інвестори, що мають потужні фінансові ресурси, значну їх кількість виводять за межі України та сприяють, таким чином, розвитку ринків інших держав.

Зазвичай стратегія виступає одним із найважливіших планів діяльності на довгострокову перспективу, в якому особливе місце відведено розробці інвестиційно-інноваційних пріоритетів розвитку підприємств. В умовах кризи розробка стратегічних планів, як ніколи, вимагає обґрунтування господарських рішень та оцінки ризиків, альтернативності розробок та пропонування інноваційних проектів, адже використання інвестиційних ресурсів на їх реалізацію є надто обмеженим.

Таким чином, раціонально продумана маркетингова політика позитивно впливає на діяльність підприємства, а це своєю чергою досягається через правильно розроблений комплекс маркетингу. Узагальнюючи викладене, можемо стверджувати, що дієва маркетингова політика може достатньо швидко вивести підприємство з кризового стану.