

УДК 330.3

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

А. Д. Сизов (МГУ имени А. А. Кулешова)

Науч. рук. *Т. И. Чегерова*,

канд. техн. наук, доцент

Отправной точкой деятельности любого предприятия должны быть нужды и потребности его потребителей. Это называется рыночной ориентацией, что означает приспособление кадровых, финансовых и

318

материальных ресурсов компании к потребности потребителей, что и определяет актуальность темы исследования.

В работе был проведен анализ маркетинговой деятельности ОАО «Могилевторгтехника», при этом были использованы методы PEST и SWOT в результате которых выявлены сильные и слабые стороны организации, а также возможности и угрозы.

PEST-анализ (иногда обозначают как STEP) это маркетинговый инструмент, предназначенный для выявления политических (Political), экономических (Economic), социальных (Social) и технологических (Technological) аспектов внешней среды, которые влияют на бизнес компании. В результате проведенного анализа можно сделать вывод о том, что каждое изменение отдельного фактора может оказать определенное влияние на предприятие. PEST-анализ позволяет отследить подобные изменения, чтобы предприятие смогло адекватно на них отреагировать. Наибольшее влияние на организацию оказывают технологические факторы. У организации есть возможности, которые оно в силах реализовать, если правильно направит на это свои сильные стороны, а также если сумеет использовать эти возможности для усиления своих слабых сторон. Наименьшее влияние на компанию оказывают социальные факторы. Они представляют наименьшую угрозу для организации.

На основе полученных данных выявлены и сформулированы возможные пути повышения эффективности маркетинговой деятельности ОАО «Могилевторгтехника»: увеличение объёма предоставляемых услуг, техническое перевооружение предприятия, расширение уже освоенных видов деятельности, увеличение объёмов оптовой торговли.

Литература

1. Зуб, А.Т. Стратегический менеджмент: Теория и практика: учебное пособие для вузов / А. Т. Зуб. – М.: Аспект Пресс, 2014. – 415 с.
2. Горбенко, Л.И. Анализ внутренней и внешней среды. Комплексный подход / Л.И. Горбенко // Сборник научных трудов СевКавГТУ. Серия: Экономика – 2018. – 312 с.