

ВПЛИВ МАРКЕТИНГУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЧИХ ПРОЦЕСІВ

Бур'ян О.О., Лучинський М.В., Косенко О.П.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Маркетингове забезпечення виробничих процесів - це комплекс заходів і стратегій, спрямованих на оптимізацію та покращення ефективності виробничої діяльності з урахуванням потреб і вимог ринку. Основна мета такого підходу - забезпечення високої якості продукції. Вплив маркетингу на ефективність виробництва може бути значущим і відігравати важливу роль у успіху підприємства.

Маркетингові дослідження дозволяють зрозуміти попит на продукцію і послуги компанії. Правильний аналіз попиту дозволяє підприємству здійснювати точніший прогноз виробництва, уникати недостатнього виробництва продукції або перепродукції, і відповідно планувати ресурси. Маркетинг визначає стратегію продукту, визначає, які продукти або послуги слід розвивати, виробляти чи припиняти. Ефективне управління портфелем продуктів дозволяє спрямовувати ресурси на найбільш прибуткові продукти або послуги. Складні інструменти маркетингу, такі як цифрова реклама, соціальні медіа, контент-маркетинг тощо, можуть сприяти збільшенню попиту на продукцію. Правильно налаштовані маркетингові кампанії допомагають підтримувати стабільний попит і збільшувати обсяги продажів. Маркетингові зусилля спрямовані на залучення та утримання клієнтів. Якщо маркетинг успішно залучає нових клієнтів і підтримує лояльність існуючих, це може призвести до збільшення обсягів замовлень і виробництва. Сильний бренд і позитивна репутація допомагають підприємству встановити високу цінову позицію, підвищити довіру споживачів і створити попит на продукцію. Маркетинг спрямований на зміцнення бренду і репутації допомагає підтримувати стабільні обсяги продажів. Маркетингові дані про попит допомагають управлінцям виробництва планувати оптимальне використання ресурсів (матеріалів, праці, обладнання) для виробництва продукції в потрібних обсягах і вчасно.

Усі ці аспекти демонструють, що маркетинг впливає на ефективність виробництва через оптимізацію попиту, планування ресурсів і таке ін.

Література:

1. Витвицька О.Д. Особливості формування механізму регулювання інвестування інновацій в сучасних умовах // *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування. Сер.: Економіка, аграрний менеджмент, бізнес.* 2013. Вип. 181(4). С. 85-90.
2. Витвицька О.Д. Концептуальні підходи до дослідження механізму інноваційно-інвестиційного розвитку зерновиробництва // *Агроінком.* 2013. №10-12. С.10-14.
3. Витвицька О. Д., Демешкант Н. А. Особливості інноваційного розвитку економіки і завдання аграрної науки та освіти. *Агросвіт* № 9, 2015. С. 3-7.
4. Shpak N., Vytvytska O., Martynyuk O., Kylaec M., Sroka W., (2022). Formation of management and technological maturity levels of enterprises for their dynamic development. *Engineering Management in Production and Services*, 14(3), 1-12.