

МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ВИРОБНИЧИХ ПРОЦЕСІВ

Косенко Є.А., Шипуліна Ю.С.

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

Маркетингове забезпечення виробничих процесів - це комплекс заходів і стратегій, спрямованих на оптимізацію та покращення ефективності виробничих діяльностей з урахуванням потреб і вимог ринку. Основна мета такого підходу полягає в забезпеченні високої якості продукції, збільшенні конкурентоспроможності компанії та задоволенні потреб споживачів. Ось деякі ключові аспекти маркетингового забезпечення виробничих процесів:

Першим кроком є збір і аналіз інформації про ринок, потреби споживачів, тенденції і конкуренцію. Це допомагає зрозуміти, які продукти або послуги варто виробляти, які параметри їм слід відповідати та які маркетингові стратегії використовувати. Маркетингове забезпечення виробничих процесів включає визначення унікальної споживчої вартості продукції (USP) і розробку стратегії позиціонування на ринку. Це допомагає відрізнити продукцію від конкурентів і привертати увагу споживачів. Маркетингове забезпечення виробничих процесів включає розробку оптимальної стратегії ціноутворення, яка враховує витрати на виробництво, конкурентну ситуацію на ринку, споживчі вимоги та бажані рівні прибутку. Маркетингове забезпечення включає співпрацю з відділом дизайну та розробки продуктів для створення привабливих і функціональних продуктів, які відповідають потребам ринку. Ефективна комунікація з ринком включає рекламу, PR-активності, відносини з громадськістю, участь у виставках та інші заходи, спрямовані на просування продукції та створення позитивного іміджу бренду. Важливо розробляти ефективні стратегії поширення продукції на ринку, вибираючи оптимальні канали дистрибуції, щоб забезпечити широкий охоплення цільової аудиторії. Маркетингове забезпечення включає постійний моніторинг результатів виробничих процесів і маркетингових заходів з метою виявлення потенційних покращень та оптимізації стратегій.

Маркетингове забезпечення виробничих процесів допомагає підприємствам забезпечувати високу ефективність виробництва, підвищувати продажі та розвивати стійкі відносини з клієнтами.

Література:

1. 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.
2. 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.
3. Витвицька О.Д. Концептуальні підходи до дослідження механізму інноваційно-інвестиційного розвитку зерновиробництва // *Агроінком*. 2013. №10-12. С.10-14.
4. Витвицька О.Д., Демешкант Н.А. Особливості інноваційного розвитку економіки і завдання аграрної науки та освіти. *Агросвіт* № 9, 2015. С. 3-7.