

НОВІТНІ ПІДХОДИ В ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИЦІ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА МАРКЕТИНГУ

Кожна компанія має свої, які склалися традиційно, підходи до управління. Насправді їх є дуже багато, проте ми хочемо звернути увагу саме на новітні методи менеджменту. Звісно ж, важливо пригадати й маркетинг, адже він набув популярності та вагомості у нашому житті, зокрема й у бізнесі. Тож сьогодні маркетинг розглядається не тільки як провідна підсистема в загальній системі управління будь-яким підприємством чи організацією незалежно від форм власності, розмірів чи галузевої їх належності. На стратегічному рівні управління суб'єктом господарюючим він перетворився на філософію ведення бізнесу за сучасних ринкових умов на тлі глобалізаційних процесів у світовій економіці та зміни традиційних ролей продавця і покупця в напрямку посилення вагомості й активності останнього. Відтак у сучасному менеджменті відбувся поступовий перехід від його внутрішньої орієнтації до зовнішньої.

Зауважимо, що питання управління внутрішніми бізнес-процесами у цілком зрозумілих цілях зменшення виробничої собівартості, досягнення ефекту масштабу чи підвищення операційної ефективності ведення бізнесу за умов різноманітних бюджетних обмежень традиційно були і залишаються актуальними.

Саме через постійну актуальність цих сфер, вони вдосконалюються з кожним роком. На даний момент можна виділити декілька сучасних підходів. Зауважимо, що усі неможливо взяти до уваги, адже їх дуже багато, як і самих видів менеджменту.

Мотиваційний підхід відіграє важливу роль в управлінні. Функція мотивування спрямована на забезпечення виконання працівниками підприємства делегованих їм обов'язків. Для цього в організації мають бути створені умови для матеріальної та моральної зацікавленості працівників у виконанні робіт. Керівник має завжди пам'ятати, що навіть прекрасно складений план, найдосконаліша структура організації втрачають зміст, якщо працівники не виконують доручену їм роботу або виконують її неякісно, безініціативно.

Системний підхід. Система – це деяка цілість, що складається із взаємозалежних частин, кожна з яких певною мірою характеризує ціле. Згідно з системним підходом керівник має розглядати організацію як сукупність взаємопов'язаних елементів, таких як люди, структура, завдання, технологія, що орієнтовані на досягнення певних цілей і тісно переплетені з зовнішнім світом.

Ситуаційний підхід ґрунтується на тому, що пріоритетність методів управління визначається ситуацією. Через те що існує безліч факторів як у самій організації, так і у зовнішньому середовищі, не існує єдиного кращого

методу управління. Щодо конкретної ситуації найефективнішим є той, що найбільш повно відповідає її суті.

Також можна виділити й декілька підходів у сучасному маркетингу. Системний підхід до маркетингової діяльності підприємства просто необхідно застосовувати з метою ефективного функціонування компаній на ринку. Він характеризує підприємство, в такому випадку, як відкриту складну систему, орієнтовану на ринок та зовнішнє середовище. Маркетингове управління має безпосереднє відношення і до управління маркетинговою діяльністю підприємства, але все ж таки воно здійснюється на основі характеру попиту.

Весь обсяг робіт, пов'язаних з управлінням маркетингу на підприємстві так чи інакше направлений на цільового покупця. На нього мають вплив і відповідні маркетингові стратегії фірми, які реалізуються через певні засоби та зв'язки, до яких належать складові комплексу маркетингу. Тому трактування того, що управління маркетингом спрямоване на управління попитом є справедливе. При розгляді проблеми управління підприємством не слід розглядати останнє як поєднання різноманітних видів діяльності різних структурних підрозділів. На думку більшості науковців, фірма має виступати єдиним комплексом взаємопов'язаних видів діяльності, єдиною системою.

Перелік використаних джерел:

1. Тренди та тенденції в маркетингу на 2022 рік. url: <https://bc-club.org.ua/news/bc-club/trendy-ta-tendenciji-v-marketyngu-na-2022-rik.html>.
2. 7 трендів в управлінні проектами у 2022 році – куди ми рухаємось? URL: <https://britishmba.in.ua/7-trendiv-upravlinnia-proektamy-u-2022-rotsi-kudy-my-rukhaiemos>.
3. Сучасні тенденції розвитку менеджменту URL: https://pidru4niki.com/12461220/menedzhment/suchasni_tendentsiyi_rozvitku_menedzhmentu.
4. Сучасні підходи до побудови системи маркетингового управління підприємствами url: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5859>.

Мних Анастасія

Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ НА ОСНОВІ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ В ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Інтернет-технології – це технології створення та підтримки в комп'ютерній мережі Інтернет різноманітних інформаційних ресурсів: сайтів, блогів, форумів, чатів, електронних бібліотек та енциклопедій. Інтернет та Інтернет-технології засновані на гіпертексті та сайтах, розміщених у глобальній мережі Інтернет або в локальних комп'ютерних мережах. Мережеві технології є тією ланкою, яка дозволила об'єднати результати роботи багатьох автономних