

Джабієв Алі Джаваншир огли
аспірант,
Національний авіаційний університет

БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ МІНЛИВОСТІ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Анотація. В роботі визначено актуальні питання сучасного розвитку економіки України в умовах трансформацій та мінливості зовнішнього середовища та розглядаються теоретичні питання щодо забезпечення бізнес-планування маркетингової діяльності підприємства, що зумовлюють стан та спрямованість розвитку ефективної діяльності підприємства

Ключові слова: бізнес-планування, маркетинг, маркетингова діяльність,

Економіка України сьогодні знаходиться в трансформаційному стані та характеризується мінливістю бізнес-середовища і посилення рівня конкурентної боротьби, що ставить вітчизняні підприємства перед необхідністю оволодіння ринковими методами управління. Для успішного функціонування підприємству необхідні стратегічне бачення, яке відтворює сутність бізнесу і спрямовує зусилля всіх його підрозділів на досягнення більш високих показників, ніж у конкурентів, та ринкова орієнтація підприємства, яка передбачає пріоритетність споживача, чіткий процес формулювання і вибору оптимальної стратегії розвитку.

В сучасних умовах розвитку економічної системи України важливого значення набуває підвищення конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності шляхом стійкого стратегічного розвитку на основі забезпечення гнучкості і швидкості прийняття управлінських рішень. Визначальною складовою сучасних систем менеджменту підприємств є планування бізнесу. Саме тому, на думку авторів [1], виникає необхідність проведення дослідження, що націлене на розробку бізнес-планування як дієвого інструменту сучасного менеджменту, завдяки якому підприємства можуть визначити стратегічну мету і завдання свого функціонування, обґрунтувати шляхи та засоби покращення результатів підприємницької діяльності.

В бізнесі не існує чіткої впевненості в майбутньому, проте будь-яке підприємство або організація усвідомлено намагається попередити можливі несприятливі події, ніж реагувати на них. Існують підстави вважати, що планування є ефективнішим, ніж імпровізації, оскільки цей процес передбачає наявність процедури визначення мети і необхідних дій щодо її досягнення. Недостатня продуманість цілей, неповнота інформації для розуміння проблем та альтернативних рішень, недостатня оцінка прийнятих рішень – це ті чинники, які ускладнюють вирішення проблем в бізнесі [2]. Планування вимагає уваги до постановки цілей, розширеного пошуку рішень, чіткої оцінки кожної здійсненої дії, а також фокусування уваги на змісті майбутньої стратегії розвитку.

Успішна діяльність господарюючого суб'єкта здебільшого залежить від того, наскільки ефективно зможе він спланувати свою діяльність. Конкуренція, яка складається в навколишньому середовищі вимагає використання якісної інформації та маркетингового планування.

Бізнес-планування маркетингової діяльності дозволяє компанії найкращим чином використовувати ресурси, що є у неї, для досягнення поставлених цілей. Концепція маркетингу визначає ринково орієнтовану компанію як спрямовану на досягнення успіху, насамперед, у свого споживача. Для досягнення цієї мети необхідна організація довгострокового планування і визначення стратегічного розвитку фірми.

Для того щоб функція бізнес-планування маркетингової діяльності досягла поставлених цілей та завдань, необхідно дотримання таких принципів: повнота і комплексність, точність, економічність, безперервність, гнучкість, масовість, якісність виконання планових функцій.

Наявність належного бізнес-плану маркетингової діяльності дає безліч переваг. В процесі планування підприємство може відкрити нові, не помічені раніше можливості або виявити більш ефективний спосіб використання наявних ресурсів.

Висновки. Вироблення бізнес-плану маркетингової діяльності вимагає певної структури і творчого підходу, адже саме він визначає позиції підприємства в даний момент, напрямки її діяльності та засоби досягнення цілей. Бізнес-план маркетингу є центральним з точки зору здійснення діяльності з отримання певного доходу.

Список літератури

1. Борисенко О.С., Шевченко А.В., Нетребко М. В. Методичне забезпечення підготовки бізнес-плану як ключового складника стратегічного управління діяльністю підприємства. *Проблеми системного підходу в економіці*: зб. наук. пр. Випуск 1(75)/2020. Ч.1. С. 90-97.

2. Кривонос А. Бізнес-планування на підприємстві: навч. посіб. Міжрегіональна академія управління персоналом. К.: МАУП, 2005. 159 с
3. Семенюк С. Маркетингове планування діяльності підприємств. *Галицький економічний вісник*. 2010. №1(26). 84 с.