

Список використаних джерел:

1. Балабанов В.С. Методика преподавания экономических дисциплин. Основы лекторского мастерства. – М.: 2000. 257 с.
2. Близнюк С.В. Маркетинг в Україні: проблеми становлення та розвитку: навч. посіб. / Близнюк С.В. - К.: Кондор, 2009.- 384 с.
3. Врачевський М.В. Маркетинг. Формування професійної компетенції: підручник /Врачевський М.В. - К.: Видавничий дім «Професіонал», 2005.-512 с.
4. Шульгіна Л. Маркетолог на підприємстві: стратег чи мішень? // Маркетинг в Україні. – 2009. – № 5. – С. 61-67.
5. Чухрай Н. Маркетингові компетенції і проблеми підготовки фахівців з маркетингу // Маркетинг в Україні. – 2009. – № 2. – С. 53-58.
6. Мельников С., Голованова М. Сертифікація маркетологів // Маркетинг в Україні. – 2009. – № 3. – С. 66-68.

УДК: 339.37.003.13:334.735

Сімонова В. С.

**РОЗРОБКА МЕТОДИЧНОГО ПІДХОДУ ДО ОЦІНЮВАННЯ РІВНЯ ЯКОСТІ
УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ РОЗДРІБНИМИ ТОВАРАМИ
СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ**

Постановка проблеми. Актуальність придбаває вирішення проблемних питань в процесі управління, оскільки усунення проблем значним чином сприяє ухваленню стратегічних і тактичних рішень відносно формування і застосування потенціалу конкурентоспроможності роздрібних підприємств системи споживчої кооперації. У науковій літературі питанню методичного забезпечення оцінювання рівня якості процесу управління потенціалом конкурентоспроможності не приділялося достатньої уваги. Це пояснюється тим, що в науковій літературі оцінка управлінського процесу зводиться до оцінювання обраного об'єкту управління. Тому потрібна розробка методичного підходу до оцінювання рівня якості процесу управління потенціалом конкурентоспроможності роздрібних підприємств системи споживчої кооперації України, яка надавала б можливості виявити чинники і резерви підвищення рівня ефективності застосування потенціалу конкурентоспроможності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. дослідження теорії і практики формування конкурентного потенціалу підприємств торговельного обслуговування висвітлені у працях таких вітчизняних та зарубіжних вчених, як: Ю. Адлер, М. Аліман, В. Апопій, С. Бабенко, Л. Балабанової, Г. Башнянін, В. Гончаренко, В. Зіновчук, О. Березін, А. Куценко, І. Маркіна, М. Барна, Л. Молдаван, А. Шевченко, Л. Шимановська-Діанич, Ф. Хміль та ін.

Формулювання цілей статті. Основною метою статті є розробка методичного підходу до оцінювання рівня якості управління потенціалом конкурентоспроможності підприємств торгівлі роздрібними товарами споживчої кооперації.

Виклад основного матеріалу. Процес управління потенціалом конкурентоспроможності представляємо як сукупність взаємопов'язаних управлінських функцій, які постійно взаємодіють та піддаються під вплив факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, що створюють необхідні умови для застосування ресурсів для досягнення поставлених цілей та підвищення рівня якості процесу управління потенціалом конкурентоспроможності.

Для проведення оцінювання рівня якості процесу управління потенціалом конкурентоспроможності, що має за основу кількісне врахування багатопланових показників, пропонуємо використовувати універсальний показник - функцію бажаності, а методичний інструментарій - криву Харрінгтона.

Переважає більшість праць з побудови даної функції пов'язана з методами обробки експертних даних та результатів опитування спеціалістів [2, 3, 4], які ми також взяли за основу у дослідженні.

Запропонований нами циклічний підхід до управління потенціалом конкурентоспроможності має на меті діагностику та оцінку процесу управління ним на окремому відрізку часу за допомогою різних показників. Такими показниками можуть бути як інтегральна оцінка окремої групи факторів на рівень якості процесу управління, так та загальний інтегральний показник рівня якості процесу управління потенціалом конкурентоспроможності.

У праці Ю. Адлера [1] шкала бажаності базується на фізичних та психофізіологічних параметрах, які є суб'єктивними оцінками експериментатора бажаності. Автори зазначеного підходу використовували функцію бажаності для характеристики технічних аспектів, пов'язаних зі створенням нових видів продукції, рецептур. Разом з тим, дана функція добре зарекомендувала себе для застосування та в інших сферах [7, 8]. Враховуючи можливості застосування функції бажаності за допомогою методичного підходу можна визначити об'єктивну характеристику якості процесу управління потенціалом конкурентоспроможності роздрібних підприємств системи споживчої кооперації України.

При виборі шкали для оцінювання рівня якості процесу управління потенціалом конкурентоспроможності підприємства доцільно враховувати ряд вимог: шкала в кінцевому результаті має бути числовою та безмірною для забезпечення порівнюваності ознак різного походження;

- шкала має бути універсальною тобто використовуватись як до параметричної, так та до непараметричної вхідної інформації;

- шкала повинна мати область визначень для всіх значень, усіх ознак стану об'єкту управління.

Значення окремої оцінювання експерта, яке переведене у безрозмірну шкалу бажаності, визначається через c_i ($i = 1, 2, \dots, n$) та визначається як окрема бажаність. Шкала бажаності має інтервал від 0 до 1. Значення $c_i = 0$ відповідає абсолютно неприйнятному рівню якості процесу управління, так як він не здатний забезпечити динамічний розвиток потенціалу конкурентоспроможності підприємства. Значення $i = 1$ – найкраще значення процесу. Поняттю «дуже добре» відповідають значення на шкалі бажаності $0,8 < B < 1$, а поняттю «дуже погано» - $0 < B < 0,2$ тощо. Вибір на шкалі бажаності 0,63 та 0,37 пояснюється розрахунковими перевагами: $0,63 - 1 - (1/e)$; $0,37 \sim 1/e$. Значення 0,37 є відповідним межі припустимих значень [6]. Стандартні відмітки за шкалою бажаності наведені в таблиці 1.

Таблиця 1

Шкала бажаності

Бажаність	Відмітки на шкалі бажаності
Дуже добре	1.00-0.80
Добре	0.80 - 0.63
Задовільно	0.63 - 0.37
Погано	0.37 - 0.20
Дуже погано	0,2-0

Узагальнена функція бажаності розраховується як середньгеометричне окремих бажаностей.

$$D = \sqrt[m]{d_1 * d_2 * d_3 * \dots * d_m} \quad (1)$$

d - приймає значення від 1 до 0.

де m - число факторів, що аналізуються.

Функція бажаності може бути використана як функція приналежності, так як $i \in [0,1]$.

Алгоритм розрахунку:

1. Визначення цілей процесу управління потенціалом конкурентоспроможності підприємства.
2. Обґрунтування та оцінка експертами факторів впливу на процес управління;
3. Визначення діапазону їх нормативних значень;
4. Коригування заданої моделі;
5. Визначення безрозмірних показників;
6. Визначення конкретних значень функції бажаності для окремих факторів;
7. Розрахунок комплексного показника рівня якості процесу управління потенціалом конкурентоспроможності роздрібних підприємств системи споживчої кооперації України;
8. Виявлення факторів та резервів підвищення рівня якості процесу управління потенціалом конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств споживкооперації України.

При формуванні сукупності факторів, що впливають на рівень якості процесу управління доцільно враховувати саме ті, які є визначальними й об'єктивними. Крім того, структура факторів може змінюватись залежно від того, які саме види потенціалу конкурентоспроможності є найбільш вагомими для підприємства.

Система факторів має відповідати таким вимогам:

- виділені фактори та показники їх оцінювання мають дозволити здійснити оцінку не лише кінцевого результату, тобто рівня якості процесу управління потенціалом конкурентоспроможності, але й запропонувати комплекс заходів із покращення його структурних елементів;
- усі фактори мають утворювати динамічний ряд, щоб їх значення прямо або опосередковано впливали на значення інших показників;
- усі фактори мають вимірюватись у максимально-допустимому діапазоні.

Специфіка діяльності роздрібних підприємств системи споживчої кооперації України обумовила вибір факторів впливу на рівень якості процесу управління потенціалом конкурентоспроможності.

У нашому випадку вибір переліку факторів відбувався на основі анкетного опитування експертів, серед яких як представники підприємств та організацій споживчої кооперації України, так та представники вищих навчальних закладів системи кооперативної освіти. Всього було опитано 150 осіб, що за правилами вибірки є достатнім. Обробка анкетних даних показала, що серед запропонованих до розгляду 34 факторів, найважливішими на думку експертів, є 12. Крім того, на підтвердження думки експертів було проведено дослідження теоретико-практичних засад системного впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища на рівень якості процесу управління потенціалом конкурентоспроможності роздрібних підприємств системи споживчої кооперації України через побудову «матриці суджень» [5].

Відносну важливість A_x відносно A_y ($x, y = 1, 10$) позначають a_{xy} .

Оцінювання a_{xy} є експертними, отримані за дев'ятибальною шкалою; причому бали мають такий сенс: 1 - A_x та A_y ідентичні з погляду досягнення мети; 3 - A_x набагато важливіше A_y , 5 - A_x значно важливіше A_y , 7 - A_x набагато важливіше A_y , 9 - A_x значно важливіше A_y .

Матриця $A = (a_{xy})$ має такі властивості:

$a_{xy} > 0$; $a_{xy} = 1$, якщо $x = y$; $a_x = a_y$, $x = 1, \dots, 10$.

Питома вага факторів розраховували за формулою 1.1 [5]:

$$a Ax = \frac{\sqrt[10]{\prod_{y=1}^{10} a_{xy}}}{\sum_{y=1}^{10} \sqrt[10]{\prod_{y=1}^{10} a_{xy}}}, x = 1, \dots, 10 \quad (2)$$

У результаті узагальнення результатів дослідження визначено, що найбільшу значимість та вплив на рівень якості процесу управління потенціалом конкурентоспроможності роздрібних підприємств системи споживчої кооперації мають такі фактори:

- рівень освіти фахівців, що задіяні у процесі управління потенціалом конкурентоспроможності (ci_1);
- повнота виконання управлінських функцій потенціалом конкурентоспроможності учасниками процесу (ci_2);
- механізм мотивації учасників процесу управління потенціалом конкурентоспроможності (ci_3);
- цілевстановлення щодо управління потенціалом конкурентоспроможності (ci_4);
- додержання вимог до інформації для прийняття управлінських рішень (ci_5);
- комунікаційні зв'язки між учасниками процесу управління потенціалом конкурентоспроможності (ci_6);
- тактичне управління потенціалом конкурентоспроможності (ci_7);
- управління рухом персоналу задіяного в роботі проектної команди з управління потенціалом конкурентоспроможності (ci_8);
- розподіл завдань між структурними підрозділами (ci_9);
- технічне оснащення процесу управління потенціалом конкурентоспроможності (ci_{10});
- система оподаткування (ci_{11});
- рівень втручання державних органів у діяльність кооперативних підприємств (ci_{12}).

Причому, як видно з даного переліку, найбільшу перевагу експерти віддають факторам внутрішнього середовища (10 з 12) та тільки 2 з 12-ти зовнішнього, позитивно впливатиме як на процес управління потенціалом конкурентоспроможності, так та на підвищення його якості у майбутньому.

Для застосування запропонованого підходу до оцінювання рівня якості процесу управління потенціалом конкурентоспроможності далі варто побудувати шкалу бажаності.

Розрізняють два варіанти побудови шкали бажаності: з одностороннім та двостороннім обмеженням. У першому з них задається лише одне критичне значення потенціалу. Для деяких факторів єдине обмеження може бути встановлене тільки знизу.

Для більшості ж факторів внутрішнього та зовнішнього середовища мають встановитися як мінімальні, так та максимально допустимі рівні. Спосіб їх встановлення залежить від ступеня дослідження конкретного підприємства, для якого та досліджується потенціал конкурентоспроможності. Для першого наближення ми вважаємо, що простіше за все будувати шкалу бажаності на основі емпіричної функції розподілу відповідних факторів впливу.

Для цього по горизонтальній осі графіка кривої бажаності симетрично відносно 0 по кодованій шкалі У рівномірно виділяють 12 інтервалів, по шість у бік зменшення та по шість у бік зростання. Таким чином обрано код -6, -5, -4, -3, -2, -1, 0, 1, 2, 3, 4, 5, 6. Обрана форма кривої має такі властивості: безперервність, монотонність та рівність.

Обмежувальні мітки, що визначають діапазон фактора (ci), наносяться на відповідні шкали горизонтальної осі, які відповідають якісним оцінкам показників. Градація діапазонів зміни показників (нормативних значень) здійснена за допомогою експертного

оцінки досліджуваних об'єктів, які при цьому враховували особливості діяльності роздрібних підприємств та їх потенціалу конкурентоспроможності

Побудовані таким чином шкали (c_{i1}) ... (c_{i12}) зрозуміло не будуть рівномірними, але за будовою відповідатимуть своєму головному призначенню - визначенню основних характеристик факторів впливу на процес управління розвитком потенціалу конкурентоспроможності.

Крім того, для такого фактора як система оподаткування показники розташовуються у зворотній послідовності: не у бок збільшення його значення зліва на право, а навпаки, зростання значення справа наліво.

Це пов'язано з економічним змістом зазначеного фактора: чим менше його значення, тим краще він чинить вплив на процес управління.

Оцінювання бажаності кожного з факторів, отримані за запропонованим методом, формують матрицю тієї ж розмірності, що й матриця вихідних даних. Ця матриця може бути проаналізована будь-яким зі стандартних методів багатомірного аналізу.

Для попередньої рекогносцивної оцінювання конкурентоспроможності потенціалу достатньо розрахувати узагальнену бажаність. Величина цієї загальної бажаності є певною інтегральною мірою відхилення стану конкурентоспроможного потенціалу від норми. Величина a_x у всіх факторів дорівнює приблизно 1, що підтверджує абсолютність розвинутого потенціалу конкурентоспроможності.

Можливі такі варіанти побудови функції бажаності:

- через уточнення найбільш бажаного значення фактору на основі виду емпіричної функції розподілу вимірюваної величини;

- по лівій та правій межах діапазону бажаних значень;

- по лівій межі та місцю розташування оптимальної бажаності;

- по правій межі та місцю розташування оптимальної бажаності;

- 1) проведемо калібрування - попередню функціональну зміну всіх розмірних факторів; у безмірні часткові показники, функції бажаності, які змінюються від 0 (дуже поганий показник) до $c_i \rightarrow 1$ (відмінний показник);

- 2) Зведений показник рівня процесу управління розвитком потенціалу конкурентоспроможності, вираховуємо як середньоарифметичну (а не просто у вигляді добутку).

Функції бажаності можуть відноситися до одного з трьох типів.

- 1) Іноді відхилення деякого показника від його оптимального значення (в будь-яку сторону) призводить до зниження рівня процесу управління. Така залежність є двосторонньою.

- 2) У разі збільшення значень показників підвищується та рівень процесу управління, проте це явище не безмежне (не вище 100 %). Такі залежності бувають двосторонніми.

- 3) У разі збільшення ознаки рівень знижується (до 0 %). Такі залежності будемо називати односторонніми. Запропонована Харрінгтоном методика для трьох типів функції бажаності є доволі громіздкою. Для двосторонньої залежності експерт має вказати значення $u_{\min}$, $u_{\max}$, при яких рівень процесу дуже низький (оцінюється не більше ніж на 5 %). Тоді шукана функція бажаності за Харрінгтоном буде мати вигляд

$$D_i = \exp \left\{ \left| d'_i \right|^n \right\} \quad (3)$$

$$d'_i = \frac{2d_i - (d_{\max} + d_{\min})}{d_{\max} + d_{\min}} \quad (4)$$

$$a^i = \frac{d_{\max} + d_{\min}}{2} \quad (5)$$

Функція Харрінгтона - є симетричною, відповідно оптимальне значення ознаки тут має наметіться рівним середньому арифметичному:

Саме тут експерт має вказати «оптимальне значення» a_x для якого рівень якості оцінюється не менше ніж 95 % (чи 0,95 у відносних величинах) найгірше значення для якого - рівень якості процесу більше 5 % (0,05), та ще принаймні одне значення ознаки для перевірки, (для односторонньої зростаючої залежності характерне таке: чим більше значення ознаки, тим вищий рівень процесу управління потенціалом конкурентоспроможності, тому рівень 100% вказувати не є раціональним. Через такі ж причини немає сенсу вказувати рівень 0 %).

Узагальнена функція бажаності досить чутлива до незначних змін окремих бажаностей. Спосіб призначення базових відміток шкали бажаності однаковий, як для окремих бажаностей, так та для узагальненої функції бажаності. Щоб пристосувати таку стандартну криву до реальних оцінок експертів їх оцінювання відносяться до верхньої та нижньої межі інтервалів (табл. 5.3)

Таблиця 2

Значення окремих оцінок експертів, що відповідають діапазонам функції бажаності

	c_{i1}	c_{i2}	c_{i3}	c_{i4}	c_{i5}	c_{i6}	c_{i7}	c_{i8}	c_{i9}	c_{i10}	c_{i11}	c_{i12}
1,00-0,80	1											
0,80-0,63												
0,63-0,37		0,38						0,42	0,56			
0,37-0,20						0,31						
0,20-0,00					-0,29							
-1,00-0,80			-1									
-0,80-0,63												
-0,63-0,37				-0,42			-0,38					
-0,37-0,20												0,33
-0,20-0,00										-0,2	0,09	

$$D_i = \exp \left\{ -k \left(\frac{d_i - d_2}{b_i - a_i} \right)^2 \right\} \quad (6)$$

де a_i - оптимальне значення ознаки у при цьому двостороння функція бажаності рівна 1 (100%), а одностороння - не менше 0,95; - значення ознаки, при якій конкурентоспроможність низька, менше 0,05 (5 %);

c_i - рівень, за якого процес управління розвитком потенціалу конкурентоспроможності сягає 50 % (0,5).

Параметр k управляє формою кривої. Деякі науковці вважають, що найкраще значення цього параметра у всіх проведених ними економічних розрахунків дорівнює $A=3$ як для односторонніх, так та двосторонніх залежностей.

Оцінку рівня якості процесу управління потенціалом конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств Черкаської, Полтавської, Миколаївської облспоживспілок представлено в табл. 3.

Таблиця 3.

Розрахункові показники впливу факторів на рівень якості процесу управління потенціалом конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств споживчої кооперації України

Фактори	Фактори		
	Черкаська ОСС	Полтавська ОСС	Миколаївська ОСС
Рівень освіти	0,85	0,87	1,00
Виконання управлінських функцій	-1,00	-1,00	0,38

Механізм мотивації	-0,63	-0,48	-1,00
Чітке встановлення цілей	-1,00	-0,48	-0,42
Достатність інформації для прийняття управлінських рішень	0,85	0,48	0,29
Комунікаційні зв'язки	-0,33	-0,35	0,31
Раціональне планування	-0,48	-0,35	-0,38
Можливість маневрувати трудовими ресурсами в рамках підприємства	1,00	1,00	0,42
Чіткий розподіл завдань між підрозділами	0,56	0,68	0,56
Технічне оснащення процесу управління	-0,19	-0,16	-0,2
Нестабільна податкова система	-0,19	0,48	0,09
Надмірне втручання державних органів у діяльність кооперативних підприємств	-0,41	0,42	0,33
Максимальне значення	1,18	1,05	0,97
Мінімальне значення	0,34	0,31	0,55
Загальна функція	0,64	0,52	0,42

Проведена оцінка серед зазначених облспоживспілок свідчить, що найнижчий рівень якості процесу управління потенціалом конкурентоспроможності характерний для Миколаївської ОСС та дорівнює рівню «дуже поганий». Причиною цього є недосконалий механізм мотивації учасників процесу управління, відсутність тактичного планування та нечітке визначення цілей щодо управління потенціалом конкурентоспроможності. Для вирішення зазначених проблем варто вживати конкретні заходи та процедури в межах реалізації Комплексної програми управління потенціалом конкурентоспроможності.

Висновок. Запропонований нами підхід до оцінювання рівня якості процесу управління потенціалом конкурентоспроможності дає можливість:

- об'єктивно здійснити оцінку процесу управління, визначити динаміку розвитку його рівня;
- визначити напрями підвищення рівня процесу управління розвитком потенціалу конкурентоспроможності.

Підхід до оцінювання рівня якості процесу управління потенціалом конкурентоспроможності з застосуванням функції бажаності варто здійснювати з урахуванням специфіки діяльності роздрібних підприємств системи споживчої кооперації, рівня його конкурентоспроможності, стану й динамічності внутрішнього та зовнішнього середовища.

Анотація

Велике значення в ефективному управлінні потенціалом конкурентоспроможності роздрібних підприємств системи споживчої кооперації має моніторинг і оцінка рівня якості самого управлінського процесу, виявлення чинників і резервів його підвищення.

Ключові слова: рівень якості, процес управління потенціалом, універсальний показник, конкурентоспроможність підприємства, шкала бажаності, система факторів.

Аннотация

Большое значение в эффективном управлении потенциалом конкурентоспособности розничных предприятий системы потребительской кооперации имеет мониторинг и оценка уровня качества самого управленческого процесса, выявление факторов и резервов его повышения.

Ключевые слова: уровень качества, процесс управления потенциалом, универсальный показатель, конкурентоспособность предприятия, шкала желательности, система факторов.

Annotation

A large value in an effective management has monitoring potential of competitiveness of retail enterprises of the system of consumer co-operation and estimation of level of quality of the most administrative process, exposure of factors and backlogs of his increase.

Keywords: level of quality, process of management potential, universal index, competitiveness of enterprise, scale of desirability, system of factors.

Список використаної літератури:

1. Адлер Ю. П. Планирование эксперимента при поиске оптимальных условий / Ю. П. Адлер, Е. В. Маркова, Ю. В. Грабовский. - М. : Наука, 1976.-280 с.
2. Балабанова Л.В. Информационное обеспечение обоснования управленческих решений в условиях маркетинговой ориентации предприятия : монография / Л.В. Балабанова, Т.И. Алачева. – Донецк, ДонГУЭТ им. М.Туган-Барановского, 2003. – 143 с.
3. Балабанова Л.В. Маркетинг : підручник. – [2-ге вид., пере-роб. і доп.] / Л.В. Балабанова. – К. : Знання, 2004. – 645 с.
4. Гутман Г.В. Взаимосвязь экономической и социальной функций потребительской кооперации / Г.В.Гутман, Н.И.Чукин, В.В.Калмыков. – М.: Издательско-торговый центр «Маркетинг», 2002. – 176 с.
5. Спирин В. С. Анализ экономического потенциала предприятия / В. С. Спирин. - М. : Финансы и статистика. - 1994. - с.572
6. Шегда А.В. Менеджмент: навч. посіб. / А.В.Шегда. - К.: Знання, 2002. -583 с.
7. Шубін О. О. Внутрішня торгівля: регіональні аспекта розвитку: [монографія] / за ред. О. О. Шубіна, Я. А. Гончарука. - Донецьк: ДонНУЕТ, 2007. - 404 с.
8. Шимановська-Діанич Л. М. Основи менеджменту: опорний конспект лекцій / Л. М. Шимановська-Діанич. - Полтава : РВВ ПКІ, 2000. - Ч. I. -132 с.

УДК: 338.439:658

Бугаєнко С. А.

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ТА ВИРОБНИЧО-КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.

Вступ. Для підвищення ефективності виробничо-комерційної діяльності підприємств необхідно використовувати маркетинг та розробляти результативні комплекси маркетингу. Ефективність же маркетингової діяльності та механізму формування комплексу маркетингу залежить від оптимального втілення на практиці маркетингових заходів відносно об'єкта їх застосування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Результати аналізу наукової літератури з проблем підвищення ефективності маркетингової та виробничо-комерційної діяльності підприємств досліджуються в працях таких відомих закордонних і вітчизняних учених-економістів, як Дж. Таун, Е. Райсомом, Ф.Котлер, К. Лавлок, Г. Беквіт та інші.

Формулювання цілей статті. Основною метою статті є дослідження процесу підвищення ефективності маркетингових заходів (механізму розробки комплексу маркетингу), заснований на врахуванні маркетингових особливостей об'єкта маркетингу.

Виклад основного матеріалу. Для підвищення ефективності виробничо-комерційної діяльності підприємств необхідно використовувати маркетинг та розробляти результативні комплекси маркетингу. Ефективність же маркетингової діяльності та