

мережу Інтернет. При цьому контакти відбуваються не тільки при просуванні товарів, а ще й в процесі перемовин за допомогою відео зв'язку у таких програмах, як наприклад Skype. Особиста відсутність у безпосередній близькості у процесі перемовин накладає специфічний відбиток на цей захід. Крім того у деяких Internet-магазинах використовують on-line перемовини для консультування та продажу товарів.

Культурні, регіональні та інші особливості мають свій вплив як на стиль ведення перемовин так і їх головні принципи. Розглянемо головні аспекти, що мають загальний характер перемовного процесу, незалежно від розташування, суб'єктивних та культурних факторів впливу:

Першим і головним правилом є стриманість. Так англійська школа бізнесу традиційно вказує на скромність та стриманість, бо від вміння контролювати свої вчинки залежить багато факторів. Першим і головним є сама робота у даному напрямку, крім того успіх в виконанні встановлених завдань, відсутність грубості у роботі з клієнтами чи партнерами;

Другим фактором є увага до співрозмовника чи співрозмовників. Спершу варто запам'ятати ім'я людини (або вивчити заздалегідь якщо можливо). Ставитися з розумінням до чужих потреб. Загалом, тактовність у спілкуванні дозволяє не втрачати можливості для просування у перемовинах, або як мінімум відстежувати зміни у співрозмовнику, його реченнях, відстежувати невербальні сигнали, що посилає тіло людини.

Третім не менш важливим фактором є спрощення. Всесвітня мережа в цьому питанні являє собою безумовного лідера: спрощуються інтерфейси сайтів та програм до інтуїтивно зрозумілих; зменшувати інформаційні повідомлення до зручного розміру, котрий зручно сприймати з невеликого по розміру екрану телефону чи планшета. При цьому спрощення не має торкнутися загальноприйнятих норм ввічливості: вітання з усіма присутніми (з тим хто включається в on-line розмову). Так прості умови, що не є «новими» дозволять спростити роботи та покращити сприйняття Вашими співрозмовниками інформацію, що Ви прагнете донести. Подальші розробки цього напрямку дозволять підвищити успішність Ваших дій на ринку, перемовин при заключенні угод та здобути нових постачальників та клієнтів. Зробивши прості зміни можна значно збільшити свою ефективність роботи та подолати ускладнення при їх виникненні.

РОЛЬ МАРКЕТИНГУ В ЕКОНОМІЧНОМУ ЗРОСТАННІ ПІДПРИЄМСТВА

Тешинер І.С.

*Науковий керівник: Попова А.М., к.т.н, доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Сучасний світ диктує нові умови господарювання, які у свою чергу впливають на всі сфери роботи підприємств.

У сучасному світі не можна недооцінювати роль якісного управління, так людство ще в 400 році до нашої ери зрозуміло що один із найважливіших факторів процвітання підприємства є ефективне управління.

Вперше про це казав Платон: «Управління підприємством – це особливий вид мистецтва, яке повинен здійснювати підприємець на основі правильного розуміння і застосування законів».

Основна задача менеджменту є швидке та ефективне розв'язання планів і стратегій, що з'являються при розвитку підприємства і потребують корегування у подальшому, а також проблеми що завжди виникають при роботі фірми. Також однією з подібних задач є управління персоналом і збереження стабільності робочих процесів, відповідно менеджмент є невід'ємною частиною підприємства, так як робоча сила і капітал, земельний ресурс.

При неможливості збільшення капіталу чи земельний ресурсу завжди можна покращити управлінський склад або завдяки управлінню підвищити управління робочим складом підприємства, а вже потім завдяки управлінським рішенням отриманий економічний прибуток інвестувати у подальший розвиток підприємства. Сумуючі це можна назвати ланкою однієї системи котрою можна назвати підприємство.

Також не менш важливою умовою економічного зростання підприємства є реалізація виробленого товару і чим більше обсяги продукції, що реалізується тим швидше йде розвиток фірми.

Але без правильного позиціонування виробу та його просування реалізація неможлива. Адже одна з ролей маркетингу це виявити, оптимізувати і покращити способи задоволення потреб споживача, а також завдяки маркетингу підприємство отримує інформацію о ринках та про конкурентні підприємства.

Завдяки цій інформації підприємець знає яку продукцію та за якою ціною, з якими характеристиками потрібно виробляти завдяки чому він може швидко орієнтуватися і перелаштовувати власне виробництво під вигідніші умови виробництва та реалізації. Це можна зробити завдяки талановитим менеджерам які працюють на підприємстві.

Отже звичайно при створенні підприємства є три найважливіші питання: «Що виробляти? Хто це буде виробляти? Де це буде вироблятись і продаватись?».

І якщо порівнювати підприємство з тілом людини то маркетинг це «очі» та «язик», адже головна задача маркетолога знайти ринок збуту, порівняти продукцію конкурентів, виділити на тлі конкурентної продукції гідності власного товару і продати його, то менеджмент це «мозок», адже саме менеджер обробляє інформацію і надає накази «рукам», тобто у випадку з підприємством, звичайним працівникам як стає зрозумілим що людина не може жити без мозку, так і підприємство не може існувати без керуючого персоналу. Тому менеджмент і маркетинг відіграють невід'ємну роль у забезпеченні економічного зростання підприємств.