

УДК 388.45

Пелех Роман

Pelech Roman

Науковий керівник: к.е.н., доцент Краузе О.І.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ СВІЛОТЕХНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ
RESEARCH OF THE MARKET OF SVETLOTECHNIC PRODUCTS

Залучення маркетингового інструментарію до всіх сфер економічного життя обумовлює практичний інтерес до алгоритмізації планування діяльності за різними напрямками маркетингу в промисловості. Пріоритетне значення поміж подібних алгоритмів планування доцільно відвести розробці діяльності з проведення маркетингових досліджень.

Для забезпечення ефективності застосування маркетингових інструментів необхідним є дотримання таких вимог:

– проведення регулярних маркетингових досліджень з метою з'ясування: поточного рівня попиту; потреб і вимог споживачів; впливу маркетингових інструментів на рівень попиту;

– обґрунтоване формування комплексу маркетингових інструментів, який забезпечував би оптимальний вплив на формування (зростання) попиту на продукцію підприємства;

– комплексне застосування маркетингових інструментів формування попиту (обґрунтоване визначення кількісного і якісного складу маркетингових інструментів та тривалості (періодичності) їх впровадження);

– встановлення зворотного зв'язку між виробником, посередниками і споживачами;

– передбачення можливості зміни пріоритетів споживачів і, відповідно, коригування застосування маркетингового інструментарію стимулювання купівельної активності [1, с. 189].

Важливим етапом дослідження є прогнозування ринку, що враховує тенденції розвитку світового ринку в майбутньому.

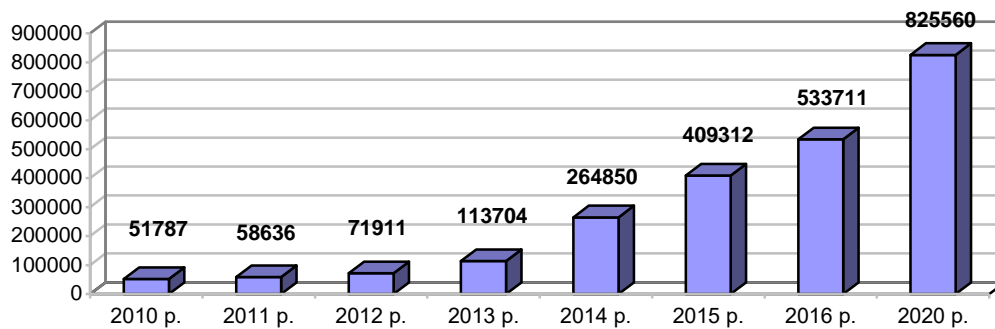


Рис. 1. Прогноз розвитку світового ринку світлотехніки, млн. євро до 2020 р. [2, с. 257]

З огляду на наведені цифри, можна констатувати, що в довгостроковій перспективі прогнозується зростання світового ринку світлотехніки. Отже, ринок світлотехнічної продукції є перспективним для капіталовкладень, надає вітчизняним підприємствам можливості, за умови успішної інноваційної діяльності, для розширення ринку збуту.

Перелік посилань: 1) Краузе О., Маркетинговий інструментарій формування споживчого попиту [Текст] /О. Краузе // Галицький економічний вісник. – 2011. – № 2 (31). – С. 183-189; 2) Шимко О. В., Динаміка ринку електротехнічної продукції та перспективи розвитку ринку до 2010 р. /О. В. Шимко, Є.О. Підгора // REPORTER OF THE PRAZOVSKYI STATE TECHNICAL UNIVERSITY. – 2017. – №33. – С. 254-259.