

**К.держ.упр. Шевченко В.М.,**

*Університет імені Альфреда Нобеля, Україна*

**Веріго О.Є.,**

*Університет імені Альфреда Нобеля, Україна*

## **Напрями удосконалення управління маркетингом на ТОВ ВКФ «ЕКМІ-МЕБЛІ»**

Сьогодні ТОВ ВКФ «Екмі-Меблі» виробляє практично повний асортимент високоякісних меблів для споживчого ринку: корпусні побутові меблі, призначені для споживачів із середнім рівнем доходу (вітальні, спальні, прихожих, дитячих і ванних кімнат, кухонь, офісні меблі тощо). Більша частина – це виробництво меблів за індивідуальними замовленнями населення. Стійким попитом і популярністю у покупців користується весь асортимент кухонних меблів, меблі для спальні, корпусні меблі, надійні і витончені шафи-купе.

Згідно з проведеними дослідженнями було виявлено, що основним недоліком управління маркетинговою діяльністю підприємства ТОВ ВКФ «Екмі-Меблі» є відсутність системи планування і контролю маркетингу. Таким чином, на підприємстві необхідно створити ефективну систему планування та контролю. Планування маркетингу має включати в себе стратегічне і тактичне планування [1].

Основною стратегією росту є стратегія глибокого проникнення на ринок. З урахуванням життєвого циклу товарів, для корпусних меблів та меблів для кухні (етап зростання) – це вдосконалення існуючих товарів; розширення їх виробництва. Для м'яких меблів (етап зрілості) – максимальне використання можливості інтегративного росту. В якості конкурентної стратегії по М. Портеру повинна використовуватися стратегія диференціації. Найбільшою проблемою підприємства на даний момент є оновлення асортименту. Саме рішення даної проблеми дозволить успішно конкурувати на ринку в умовах, що склалися [2].

При здійсненні функції контролю ТОВ ВКФ «Екмі-Меблі» слід використовувати нормативи, стандарти, в яких відображений очікуваний рівень оцінюваних характеристик. Для задоволення потреб споживачів і можливості виходу на ринки країн далекого зарубіжжя необхідно подальше вдосконалення технології по поліпшенню якості виробів і за допомогою відділу маркетингу, збільшення збуту і відповідно виробництва.

Для вдосконалення системи управління маркетингом в ТОВ ВКФ «Екмі-Меблі» пропонуємо наступні заходи: розширити штат, який би відповідав за питання ведення маркетингової діяльності; призначити стратегічну сесію; щокварталу проводити АВС - аналіз для оцінки результатів діяльності; щокварталу проводити анкетування клієнтів, з метою отримання необхідної інформації, пропозицій і побажань; раз на півроку проводити SWOT-аналіз, щокварталу проводити аналіз ринкової ситуації по системі 4P, для розуміння її змін і прийняття необхідних рішень вчасно.

Також автором були запропоновані рекламні заходи для компанії на 2021 рік, такі як: реклама соц. мережах та журналі: Facebook, Instagram, журнал-довідник «Бізнес путівник по ринку товарів і послуг»; зовнішня реклама; виставковий ярмарок; розміщення рекламного макету. У короткостроковому періоді запропоновані заходи дозволять виявити поточні проблеми для прийняття своєчасного рішення щодо їх усунення [3].

Комплекс запропонованих заходів по організації рекламної діяльності був підібраний з метою отримання максимального прибутку при мінімальних витратах і підвищенні конкурентоспроможності ТОВ ВКФ «Екмі-Меблі». Впровадження запропонованих напрямів удосконалення управління маркетингом в життя допоможе підприємству ТОВ ВКФ «Екмі-Меблі» ефективно розвиватися.

#### Література:

1. Екмі-Меблі, ТОВ ВКФ. URL: <https://ukrmebel.net/catalog/enterprise/63/>  
(дата обращения: 22.12.2021)

2. Зозуля І.В. Дослідження сутності поняття «маркетингова стратегія підприємства». URL: <http://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/3004.pdf> (дата звернення: 22.12.2021)

3. Види реклами в соціальних мережах. URL: <https://pbb.lviv.ua/reklama-v-socialnykh-merezhakh/> (дата звернення: 22.12.2021)