

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РИНКУ ВЗУТТЯ

Реалії сьогодення вимагають від будь-яких суб'єктів національної економіки проведення маркетингових досліджень та систематичної маркетингової оцінки; не є винятком і підприємства взуттєвої промисловості.

Маркетинг регіонального ринку взуття є вирішальним моментом подальшої діяльності зазначених підприємств, оскільки вирішує проблеми накопичення інформації для якісного і кількісного аналізу потенційного і реально досягнутого обсягів ринку взуття, дослідження його ємності і встановлення критеріїв сегментації, обсягів попиту, цінової політики, діяльності конкурентів, просування товару тощо. З огляду на забезпечення підтримки маркетингової активності взуттєвих підприємств має бути опрацьований і впроваджений організаційно-економічний механізм, який на підставі оцінки маркетингових показників дозволить виявити критичні зони (ринки, ціни, якісні параметри та інші чинники) і розробити заходи щодо зміцнення економічного стану взуттєвих підприємств та підвищення їх конкурентоспроможності, що надасть цим підприємствам стежити за кон'юктурою регіонального ринку, виявляти сильні та слабкі сторони, впливати на конкурентів, а це, у свою чергу, дасть змогу виробити стратегію, націлену на поліпшення роботи підприємств, дозволить зміцнити зв'язки зі споживачами і досягти оптимізації економічних цілей — збільшити прибуток та обсяги збуту і відповідно обсяги виробництва, покращити і розширити асортимент, якість взуття, а також забезпечити привабливість галузі на довготермінову перспективу.

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКОВ МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ

Показатели 2001 года на рынке мобильной связи Украины и России превзошли самые оптимистические прогнозы. Россия и Украина завершили 2001 год, удвоив свои базы абонентов сото-