

ЗАКОНОДАВЧЕ РЕГУЛЮВАННЯ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Студ. Кобко К.Г.

Наук. керівник доц. Яренко А.В.

Київський національний університет технологій та дизайну

Розвиток української економіки залежить від проведення в країні ринкових реформ і від пошуку більш ефективного механізму їх подальшого розвитку. Суть його полягає в активному регулюванні економіки, впровадженні цілеспрямованої структурної, інвестиційно-інноваційної, зовнішньоекономічної і соціальної політики. В той же час проведення ефективної економічної політики в ринкових умовах є неможливим без використання маркетингового інструментарію та формування маркетингової концепції управління. В Україні здійснюються заходи, спрямовані на стабілізацію ситуації та стимулювання розвитку легкої промисловості, підтримку вітчизняного товаровиробника завдяки внесенню законопроектів і нормативних актів, підготовці пропозицій щодо формування ефективної державної промислової політики у галузі, з врахуванням пропозицій галузевих громадських організацій та підприємств. Урядова стратегія розвитку галузі має формуватися на основі пропозицій самих представників галузі. Такий механізм регулювання діє в багатьох розвинених країнах: учасники ринку самі розробляють пропозиції по його функціонуванню і розвитку, а державні органи їх реалізують. До основних законодавчих актів, що регулюють розвиток легкої промисловості України, слід віднести наступні:

1. Концепція Державної програми розвитку легкої промисловості до 2022 року, основними завданнями якої є: визначення довгострокової стратегії розвитку підприємств легкої промисловості усіх форм власності з урахуванням вимог та стандартів СОТ; удосконалення форм і методів державного управління легкою промисловістю; створення умов для сталого розвитку внутрішнього ринку і експорту вітчизняних товарів; визначення державних і регіональних пріоритетів розвитку підгалузей легкої промисловості та їх науково-технічного забезпечення; створення умов для запровадження нових технологій і устаткування з поліпшеними техніко-економічними показниками, максимального використання потужностей підприємств; формування і реалізація інноваційної моделі розвитку зі зміцненням матеріально-технічної бази.

2. Концепція Державної цільової програми розвитку легкої промисловості на період до 2022 року. Концепція визначає основні засади і напрямки подальшого розвитку легкої промисловості та її підгалузей в ринкових умовах і спрямована на досягнення стратегічних інтересів та конкурентоспроможності продукції підприємств України на внутрішньому та зовнішньому ринках

Одним зі способів підвищення ефективності функціонування підприємств легкої промисловості є перехід до маркетингової орієнтації ведення бізнесу. Особливості маркетингу легкої промисловості дають підстави для визначення, що це комплексна система заходів виробничо-збутової діяльності, яка складається з управління, планування, ціноутворення, розподілу інформації, рекламного забезпечення, а також зворотного зв'язку на кожному етапі. Маркетингова діяльність має охоплювати весь процес від виробництва до збуту товару. Успішне функціонування підприємств легкої промисловості в значній мірі залежить від правильного вибору стратегії на ринку, чітко визначених і всебічно обґрунтованих цілей підприємства, а також від вибору найбільш оптимальних засобів і шляхів їх досягнення. Вирішення цих завдань можливе за допомоги активної маркетингової політики та державного регулювання. Активна законодавча підтримка може стати дієвим інструментом як структурної перебудови економіки, так і підвищити ефективність і конкурентоспроможність національного виробництва, особливо, якщо вона буде спиратися на маркетингову концепцію управління.