

Реферат статті Мироненко І. І.

"Дослідження системи факторів, які сприяють формуванню та розвитку взаємовідносин машинобудівних підприємств зі споживачами продукції"

Кожен результативний показник залежить від численних факторів. Чим детальніше розглядається вплив факторів на величину показника, тим точніше результати аналізу та оцінка якості прийнятого рішення. У деяких ситуаціях без глибокого і всебічного вивчення прямого впливу факторів не можна зробити обґрунтовані висновки про результати діяльності підприємств.

Незважаючи на велику кількість робіт у вітчизняній та закордонній літературі з теорії маркетингу взаємовідносин, не достатньою мірою структуровані фактори, що сприяють формуванню та розвитку довгострокових взаємовідносин. Аналіз практичної діяльності промислових підприємств вказує на потребу в розширенні та поглибленні знань у цій сфері, що обумовлено насамперед необхідністю завоювання стабільних позицій на внутрішньому ринку, розвитком взаємовідносин та посиленням співпраці підприємств зі споживачами.

У процесі усвідомлення та обґрунтування необхідності налагодження взаємовідносин споживачі та підприємство перебувають під постійним впливом багатьох чинників. Таким чином, пропонується розглянути й дослідити систему факторів, що впливають на розвиток довгострокових взаємовідносин між підприємствами, яка складається з факторів, що впливають на поведінку промислового споживача, на діяльність підприємства та ситуаційних змінних.