

MARKETING

Tetiana Oklander, Doctor of Economic Sciences, Professor
Odessa State Academy of Civil Engineering and Architecture

Odesa, Ukraine

Liudmyla Babkevych, Master

Odessa State Academy of Civil Engineering and Architecture

Odesa, Ukraine

Oleksandra Pryimachenko, Master

Odessa State Academy of Civil Engineering and Architecture

Odesa, Ukraine

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-377-4-25>

EVALUATION OF THE EFFECTIVENESS OF MARKETING ACTIVITIES OF THE TERRITORY

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТЕРИТОРІЇ

Для оцінки ефективності маркетингової діяльності території необхідний інтегральний індикатор або система індикаторів, за допомогою яких можна було б відстежити, як задовольняються потреби щодо формування довгострокових конкурентних переваг юридичних осіб та підвищення якості життя населення. Для оцінки ефективності такої діяльності можна використати інтегральний показник ефективності функціонування маркетингової системи території, за допомогою якого можна контролювати як задовольняються потреби щодо: формування довготермінових конкурентних переваг юридичних осіб і підвищення якості життя населення; збільшення надходжень до бюджету; нейтралізації негативних наслідків господарської діяльності.

Наведені потреби різні за характером і тому відповідні локальні показники мають різну розмірність. З огляду на це для визначення інтегрального показника потрібно використовувати індексну форму, при якій вплив розмірності усувається і з'являється можливість для математичних розрахунків. Алгоритм розрахунку інтегрального показника ефективності функціонування маркетингової системи території складається з шести етапів.

Перший етап – вибір, ранжування і визначення рівня локальних показників щодо задоволення інтересів: споживачів (підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання та якості життя населення), органу виконавчої влади та суспільства в цілому.

1. Показники задоволення інтересів споживачів.

1.1. Показники підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання: виробництво ВВП чи ВДС на душу населення; величина інвестицій на душу населення; витрати на інновації на душу населення; середній освітній рівень працюючих; рентабельність господарської діяльності; чистий експорт.

1.2. Показники якості життя населення: тривалість життя; рівень освіти населення; рівень зайнятості; рівень інфляції; рівень середньодушового доходу; обсяг заощаджень у банках на душу населення; рівень бідності (мінімальний споживчий бюджет); забезпеченість населення житлом.

2. Показники задоволення інтересів органів виконавчої влади: обсяг податкових надходжень та зборів; ступінь збалансованості бюджету.

3. Показники задоволення інтересів суспільства (у цій групі показників усі коефіцієнти розраховуються на 100000 населення): природний приріст (+), скорочення (-) населення; коефіцієнт злочинності; коефіцієнт злочинності з особливо важких злочинів.

4. Коефіцієнт захворюваності населення на особливо небезпечні інфекційні хвороби; ступінь відповідності питної води світовим стандартам; ступінь відповідності атмосферного повітря світовим стандартам.

Другий етап – розподіл на дві групи вибраних показників, темпи зростання яких мають:

- 1) додатне значення;
- 2) від'ємне значення.

Третій етап – визначення індексів за кожним локальним показником окремо за групою 1 і 2.

За групою 1 індекс розраховується за формулою:

$$I_i = \frac{\prod \phi_i}{\prod n_i}$$

де I_i – індекс i локального показника, $i = \overline{1, n}$;

n – кількість показників;

$\prod \phi_i$ – фактичний рівень i локального показника;

Π_{Hi} – нормативний чи середньо національний рівень i локального показника.

За групою 2 індекс розраховується за формулою:

$$I_i = \frac{\Pi_{Hi}}{\Pi_{\phi_i}}.$$

Четвертий етап – присвоєння кожному локальному показнику вагового коефіцієнту (ϕ_i). Для досягнення обґрунтованості і достовірності результатів рекомендується використовувати метод експертної оцінки.

П'ятий етап – визначення системи інтегральних локальних показників: підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання E_1 , якості життя населення E_2 ; задоволення інтересів органів виконавчої влади E_3 ; задоволення інтересів суспільства E_4 . При цьому кожний з чотирьох показників визначається за формулою:

$$E = \sum_{i=1}^n \phi_i I_i.$$

Шостий етап – визначення інтегрального показника ефективності функціонування маркетингової системи території як середнього арифметичного інтегральних локальних показників, оскільки вони є рівнозначними.

Література:

1. Oklander M.; Yashkina O.; Chukurna O.; Oklander T.; Pandas A.; Radkevych L. & Sinkovska V. Economic and mathematical modeling of innovative development of the agglomeration on the basis of information technologies. *Journal of Information Technology Management*. 2023. № 15 (1). P. 1–13.