

РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах кожне підприємство зацікавлено в підвищенні ефективності функціонування, в тому числі за рахунок покращення управління маркетинговою діяльністю. Зокрема, йому необхідно знати, які тенденції та проблеми існують на галузевому ринку, як змінюються ринкові можливості та конкурентна позиція підприємства, потреби та вкуси споживачів. Все це потрібно для розробки ефективного комплексу маркетингу і успішного втілення у життя маркетингових стратегій. Таким чином, суть стратегічного маркетингу полягає в пошуку рішень, спрямованих на задоволення потреб споживачів і на отримання у них доляльності до продукції підприємства в порівнянні з конкурентами за допомогою спеціальних маркетингових заходів.

Маркетингова стратегія – це елемент загальної стратегії компанії (корпоративної стратегії), який описує як компанія повинна використовувати свої обмежені ресурси для досягнення максимального результату у збільшенні продажів і прибутковості від продажу в довгостроковій перспективі [1, с. 25].

Основне призначення маркетингової стратегії полягає в тому, щоб взаємоузгодити маркетингові цілі підприємства з її можливостями, вимогами споживачів, використати слабкі позиції конкурентів та свої конкурентні переваги [2, с. 102].

Маркетингова стратегія підприємства включає конкретні стратегії діяльності на цільових ринках, комплекс маркетингу, який використовується, витрати на маркетинг. В стратегіях, розроблених для кожного ринкового сегменту, повинні бути розглянуті нові продукти і такі що вже випускаються, ціни, просування продуктів, доведення продуктів до споживачів, має бути вказано як стратегія реагує на загрози і можливості ринку. Принципово можна виділити дві групи маркетингових стратегій, що доповнюють одна одну: стратегії по відношенню до продукту та стратегії по відношенню до ринку [3, с. 58].

Особливості стратегічного маркетингового планування полягають у тому, що процес створення стратегії рідко завершується негайними діями. Зазвичай визначаються загальні напрямки, які мають забезпечити бажане підвищення ефективності бізнесу.

Під час розробки стратегії використовуються значно менш повні дані, ніж при прийнятті оперативних рішень. При цьому постійно з'яв-

ляється нова інформація, що може призвести до змін у запланованих цілях розвитку. Отже, створення стратегії має бути циклічним процесом, де первинні цілі та методи їх досягнення регулярно переглядаються і коригуються.

Головна відмінність стратегічного планування від оперативного управління полягає в тому, що важко точно оцінити ефективність стратегічних рішень за допомогою цифрових показників. Тому необхідно постійно вдосконалювати систему оцінок, яка поєднує як кількісні показники (наприклад, витрати), так і якісні оцінки.

Процес створення маркетингової стратегії складається з кількох етапів: дослідження ринку, оцінки поточного стану, аналізу конкурентів і конкурентоспроможності компанії, визначення цілей стратегії, сегментації ринку й вибору цільових сегментів (дослідження споживачів), аналізу стратегічних варіантів і вибору найбільш підходящої маркетингової стратегії.

Вирішенню проблем розробки маркетингових стратегій підприємств присвячені праці: Д. Аакер, Г. Ассель, І. Анософф, Г. Армстронг, П. Дойль, Ф. Котлер, Ж.-Ж. Ламбен, В. Марцин, М. МакДональд, М. Портер, Д. Сондерс, А. Томпсон, Е. Уткін, Х. Хершген; а також праці багатьох вітчизняних вчених: Л.В. Балабанової, А.В. Войчака, С.С. Гаркавенка, Н.В. Куденко, Л.А. Мороз, С.С. Олійника, А.Ф. Павленка, І.Л. Решетнікової, О.М. Тімонін та інші.

Список використаних джерел

1. Чеботар С.І., Ларіна Я.С., Луцій, О.П. Маркетинг: Навчальний посібник. К.: Наш час, 2009. 504 с.
2. Оснач О.Ф., Пилипчук В.П., Коваленко Л.П. Промисловий маркетинг. К.: Центр учбової літератури, 2010. 364 с.
3. Балабанова Л. В. Маркетинг підприємства. К.: Центр учбової літератури, 2012. 612 с.

Гльченко М.С.

магістрант

ВСП «Інститут інноваційної освіти КНУБА»

ПРИНЦИПИ ПОБУДОВИ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Успішне функціонування та стабільний розвиток будь-якого підприємства залежать від наявності ефективної, надійної та комплексної системи економічної безпеки. Розуміння цієї системи ґрунтується на загально-