

ВПЛИВ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Батіч А.Г., гр. БАЗ-49м

Науковий керівник – ст. викл. **Л.М. Смокова**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Ефективність діяльності підприємства багато в чому залежить від того, наскільки швидко і правильно воно орієнтується в ринковому середовищі. У сучасних умовах становлення ринкової економіки більшість підприємств України характеризуються нестабільним, навіть кризовим фінансовим положенням, таке положення у свою чергу негативно впливає на стан економіки в цілому. Саме в такий момент стратегія стає управлінським інструментом, життєво необхідним і вкрай важливим. Відповідь на ці питання і складає сутність розробки і реалізації стратегії маркетингу.

Стратегія маркетингу визначається як – раціональна, логічна побудова, керуючись якою підприємство розраховує вирішувати свої маркетингові завдання.

Оскільки маркетингова стратегія забезпечує обґрунтування ринкової спрямованості та поведінки підприємства, то для більшості підприємств її формування є найважливішою функціональною стратегією. Це означає, що маркетингова стратегія – основа дій фірми в конкретних ринкових умовах, що визначає засоби впровадження маркетингу для розширення цільових ринків та досягнення ефективних результатів діяльності підприємства.

Стратегія маркетингу визначає, як потрібно застосовувати структуру маркетингу, щоб залучити і задовольнити цільові ринки і досягти цілей підприємства. У рішеннях про структуру маркетингу головне – планування продукції, збут, просування і ціна.

Основне призначення маркетингової стратегії полягає в тому, щоб взаємоузгодити маркетингові цілі підприємства з його можливостями, вимогами споживачів, задоволенням їх потреб, використати слабкі позиції конкурентів та свої конкурентні переваги. Нестабільність економіки, складні умови господарювання, зміни в техніці та технологіях, зростаючі вимоги споживачів вимушують підприємства застосовувати маркетингові стратегії для ефективної боротьби у сучасному складному світі бізнесу.

Тому формування і удосконалювання стратегії маркетингу дозволить поліпшити стан підприємства в умовах мінливого конкурентного середовища та забезпечить його ефективний розвиток.