

2. Дослідити пріоритети розвитку, уточнити конкурентні переваги на основі онлайн-опитування мешканців громади.
3. Розробити Стратегію розвитку креативних індустрій. Визначити напрямки, що громада буде розвивати.
4. Залучити мешканців громади до створення інформаційної бази громади. Залучити учнів шкіл громади до написання робіт на МАН за тематикою культурної та історичної спадщини громади.
5. Організувати креативний хаб як центр культурного життя, який буде містити студії для ткацтва, гончарства, килимарства; а також простори для проведення лекцій, майстер-класів та тренінгів.
6. Розробити комплекс маркетингових заходів для просування проєктів громади. Залучити блогерів, створити та активно вести соціальні мережі.
7. Формування іміджу громади. Розробка креативних ідей для проведення івентів. Відродження святкування «Дня Петра та Павла».
8. Удосконалити сайт: актуалізація новин, реорганізувати навігацію по сайту, додати відділ історичної пам'ятки.
9. Застосування ГІС-технологій для залучення інвесторів та ВПО (внутрішньо переміщених осіб). Створення цифрової платформи для обміну інформацією між ОТГ та інвесторами, яка буде включати: інтерактивні карти, бази даних проєктів, контактну інформацію та іншу корисну інформацію. Візуалізація проєктів, які планується реалізувати в громаді.
10. Участь у грантових програмах, в тому числі транскордонних, з молдавськими виноробнями та господарствами.

МАРКЕТИНГОВА СКЛАДОВА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА

Бубенець І.Г., канд. екон. наук, доц.

Кривокінь А.В., магістрант

Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

Маркетинг займає одне із провідних місць при формуванні конкурентних стратегій підприємства. Застосування комплексу маркетингу в даній площині включає в себе аналіз ринкових можливостей підприємства, вибір цільових ринків, розробку комплексу маркетингу, а також планування, організацію та контроль за реалізацією конкурентної стратегії підприємства. Необхідно відмітити, що діяльність будь-якого підприємства сьогодні здійснюється в

складних і мінливих умовах, які супроводжуються високим ступенем невизначеності як конкурентного, так і маркетингового середовища, а це зумовлює надзвичайну актуальність формування системного підходу до маркетингового обґрунтування конкурентних стратегій підприємства.

Маркетингова складова формування конкурентних стратегій підприємства полягає у використанні соціально-економічної системи маркетингу з метою досягнення основних цілей підприємства за умови найбільш ефективного використання економічних ресурсів всіх видів.

Авторами детально проаналізовано теоретико-методологічні аспекти класифікації стратегій та зроблено висновок, що маркетинг формує найбільш актуальні таксономічні ознаки. Стратегія підприємства – це [1]: період формування та реалізації стратегії, позиція підприємства на ринку, статус, ринковий попит, загальний економічний стан підприємства, відносна частка ринку, темпи зростання підприємства та ринку збуту.

Ефективна конкурентна стратегія підприємства, враховуючи маркетингову складову має забезпечувати [2]:

- маркетингове підкріплення конкурентної стратегії підприємства;

- збір і ґрунтовне дослідження достовірної і актуальної інформації про ринок або певний його сегмент (ємність ринку, детальний аналіз споживачів і конкурентів);

- ретельне вивчення динаміки попиту і пропозиції на ринку та аналіз факторів, що на них впливають;

- дослідження потреб і споживацьких вподобань реальних і потенційних споживачів товарів і/або послуг підприємства;

- створення товарів і/або послуг вищої якості, ніж аналогічні товари/послуги прямих конкурентів;

- стратегічне ринкове планування (стратегія й тактика поведіння на ринку).

Глобалізація світової економіки вимагає від сучасних підприємств впровадження нових методів формування системи стратегічного управління. Головний тренд сьогодення, підвищення ролі маркетингу у всіх сферах життя людини, а саме проведення заходів, які мають значний вплив на поведінку та обізнаність споживачів про товар чи послугу. Ці тенденції вимагають від підприємств постійно вдосконалювати власні маркетингові стратегії та методи для адаптації до динамічних умов ринкового середовища. Посилення конкуренції, насичення товарного ринку та зростання споживчого попиту у зв'язку з підвищенням рівня обізнаності

підприємства повинні швидко реагувати на зміни ринку, які викликані наступними тенденціями:

- орієнтація на розповсюдження товарів масового споживання;
- скорочення життєвого циклу товару;
- збільшення кількості категорій товару;
- збільшення кількості товарних марок;
- розвиток інформаційних технологій;
- збільшення патентів і торгових марок;
- насиченість і фрагментація каналів поширення реклами;
- ринок дуже фрагментований.

Отже, маркетингове обґрунтування є однією із головних складових формування конкурентних стратегій підприємства, наряду із фінансовим планом і планом виробництва. Саме маркетингова складова займає особливе місце в конкурентній стратегії і визначає основну частину корпоративної стратегії підприємства, обираючи шлях розвитку всієї виробничо-збутової діяльності.

Список використаних джерел

1. Павлова В. А. Конкуренстоспроможність підприємства: оцінка та стратегія забезпечення: монографія. Дніпропетровськ: ДУЕП, 2016. 276 с.
2. Гросул В. О., Бубенець І. Г., Чатченко О. Є. Формування стратегії розвитку маркетингового потенціалу торговельного підприємства. Бізнес-Інформ. 2017. № 1. С. 347-352. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formuvannya-strategiyi-rozvitku-marketingovogo-potentsialu-torgovelnogo-pidприємства/viewer>

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Бубенець І.Г., канд. екон. наук, доц.,

Сломінцев Д. М., магістрант

Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна

У зв'язку із високими темпами розвитку цифрових технологій пріоритетом для підприємств є спрямування зусиль на впровадження сучасних інструментів та технологій цифрового маркетингу. Враховуючи, що на даному етапі рівень освоєння цифрового маркетингу в Україні в цілому є низьким, підприємства, які швидше впровадять цифрові технології, отримають конкурентні переваги та