

підзвітними [2]. Поєднання зусиль регіональної влади, органів місцевого самоврядування, бізнесу та науки повинні сприяти досягненню спільних цілей розвитку.

Список використаних джерел:

1. What is territorial development? URL: <https://ecdpm.org/work/territorial-development-volume-4-issue-4-june-july-2015/what-is-territorial-development>;
2. Васильченко Г., Парасюк І., Єременко Н. Планування розвитку територіальних громад: навчальний посібник для посадових осіб місцевого самоврядування. Київ: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2015. 256 с.;
3. Шибаета Н.В., Блохіна А.С. Сільські території України в сучасній економічній науці та практиці державного стратегічного планування. Матеріали I міжнародної науково-практичної конференції «Міське самоврядування в Україні та світі: теорія і практика». 2021. Полтава. С. 172-174.

**Чуйко М.М., канд. техн. наук, доцент  
Українська інженерно-педагогічна академія, Україна**

### **Маркетингові стратегії в умовах глобалізації**

Однією з характерних рис сучасної світової економіки є глобалізація, яка вимагає переосмислення засад економічної теорії. Це зумовлює пошук нових підходів і концентрації уваги в маркетингових стратегіях. Важливими компонентами їх є постійні інновації, ефективність, дієвість і плановість.

Маркетингові стратегії являють собою плани та дії, які компанії використовують для досягнення своїх маркетингових цілей. Вони включають в себе розробку планів продажу продукту або послуги, взаємодію з цільовою аудиторією, побудову бренду, створення рекламних кампаній та інші маркетингові заходи.

Умови глобалізації вимагають від компаній розробки ефективних маркетингових стратегій, які дозволяють їм конкурувати на міжнародному ринку. Нами розглянуто основні маркетингові стратегії, які можна використовувати в умовах глобалізації.

Однією з важливих складових успішної маркетингової стратегії в умовах глобалізації є вивчення світового ринку. Маркетингові менеджери мають ґрунтовно вивчити особливості споживчої бази в різних країнах і регіонах, зрозуміти їхні культурні, економічні та соціальні особливості. Це дасть змогу адаптувати продуктову лінійку, ціноутворення, розподіл і просування товарів і послуг до місцевих ринкових реалій [1].

Важливою частиною маркетингової стратегії є створення унікального бренду. В умовах жорсткої конкуренції на світовому ринку, бренд може стати ключовим фактором успіху компанії. Маркетингові менеджери мають розробити стратегію зі створення та просування бренду, яка відповідатиме цілям компанії та привертатиме увагу споживачів. Розвиток сильного глобального бренду

дозволяє компаніям підкреслити свою якість і надійність в усьому світі. Це створює довіру серед споживачів і полегшує введення товарів на нові ринки.

Іншим важливим аспектом маркетингової стратегії в умовах глобалізації є приділення уваги онлайн-маркетингу. З розвитком інтернету та соціальних мереж, споживачі стали більш поінформованими та впливовими. Тому компанії повинні активно використовувати цифрові інструменти для просування своїх товарів і послуг на світовому ринку. Реклама в соціальних мережах, пошукова оптимізація, контекстна реклама, електронна пошта – всі ці інструменти стають невід'ємною частиною маркетингової стратегії компаній в умовах глобалізації. Адаптація міжнародних каналів реклами та просування, таких як соціальні медіа, онлайн-реклама, телебачення, радіо та преса, допомагає підтримувати світовий обсяг продажів [2].

Ще одним важливим аспектом є управління маркетинговими ризиками. Глобалізація збільшує ризик змін законодавства, валютних коливань, конкуренції. Тому компанії повинні впровадити системи управління ризиками, які дадуть змогу передбачити та мінімізувати негативний вплив подібних факторів на їхню діяльність.

Також важливим є розробка маркетингових кампаній, які враховують місцеві культурні особливості та вподобання споживачів, що допомагає залучити увагу цільової аудиторії в різних країнах. Розробка гнучких стратегій ціноутворення, які враховують рівень доходів, конкуренцію і споживчі уподобання в різних країнах, є важливою складовою успішного входження на глобальний ринок. Побудова ефективної системи дистрибуції, яка враховує особливості глобальних логістичних мереж, дозволяє компаніям забезпечити доступність своїх продуктів для клієнтів у всьому світі. Глобальні компанії повинні залучати таланти з усього світу і розвивати культуру, яка підтримує різноманітність та інновації.

І, нарешті, важливою частиною маркетингової стратегії в умовах глобалізації є аналіз та адаптація. Глобалізація привносить постійні зміни і компанії мають бути готові до них. Тому регулярний аналіз результатів і світових тенденцій, а також швидка адаптація маркетингових стратегій стає важливим елементом успішних компаній на світовому ринку. Компанії повинні адаптувати свої продукти або послуги до потреб різних культур і ринків. Це може включати зміну упаковки, розміру, функціональності або навіть назви продукту. Постійний моніторинг і аналіз діяльності конкурентів у міжнародному масштабі дозволяє компаніям адаптувати свої стратегії з метою підтримки конкурентоспроможності [3].

Таким чином, маркетингова стратегія в умовах глобалізації уособлює собою комплексне планування та реалізацію маркетингових дій, пристосованих до світових ринкових умов. Глобалізація привнесла у світ нові підходи до комерціалізації товарів і послуг, підвищення конкуренції, збільшення можливостей для розвитку, але й посилення ризиків. Тому компанії, що працюють на світовому ринку, мають адаптувати свої маркетингові стратегії до цих змін.

Маркетингові стратегії в умовах глобалізації вимагають врахування безлічі чинників, включно з вивченням ринку, онлайн-маркетингом, управлінням ризиками, створенням бренду та аналізом результатів. Компанії, що адаптують свої маркетингові стратегії до цих змін, будуть успішними на світовому ринку.

Отже, у процесі еволюції світової економіки, важливим компонентом виступають маркетингові стратегії, які відповідно до умов глобалізації застосовують варіативні плани для стабільного функціонування.

Список використаних джерел:

1. Маркетингові стратегії бізнесу. URL: <https://sendpulse.ua/blog/what-are-the-marketing-strategies> (дата звернення: 01.03.2024). 2. 6 маркетингових стратегій для зростання бізнесу. URL: <https://www.ranktracker.com/uk/blog/6-marketing-strategies-for-business-growth/> (дата звернення: 01.03.2024). 3. Лошенко, О., Галан, Л., & Посохов, І. (2022). Сучасні стратегії в міжнародному маркетингу. Вчені записки Університету «КРОК», (2(66), 123–131.



## СЕКЦІЯ 7

# ОБЛІКОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ