

## **ФОРМУВАННЯ РИНКОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ НА ЗАСАДАХ БЕНЧМАРКІНГУ**

Сфера торгівлі в Україні посідає особливе місце в національному господарстві. Загострення конкуренції, викликане мінливістю зовнішнього середовища та глобалізаційними процесами в економіці, примушує сучасне вітчизняне підприємство змагатися з кращими компаніями не лише на зовнішньому, але й внутрішньому ринках. За таких умов підприємство повинно постійно здійснювати моніторинг власних сильних і слабких сторін; знаходити шляхи зміцнення конкурентних переваг; послаблювати вплив негативних факторів на результати ринкової діяльності; визначати й реалізовувати стратегічні заходи. Одним із аналітичних інструментів розв'язання визначених проблем і формування ринкових стратегій є бенчмаркінг.

Аналітичний огляд зарубіжних літературних джерел дозволив виявити наявність теоретико-методологічних положень і практичного досвіду ефективного застосування бенчмаркінгу на підприємствах різних галузей бізнесу. При тому значна увага надається методології проведення еталонного дослідження та використання його результатів у практичній управлінській діяльності. У зв'язку з цим тема наукового дослідження є актуальною.

Дочірнє підприємство «Галка-Харків» ТОВ «Галка-Україна» здійснює діяльність у сфері неспеціалізованої оптової торгівлі харчовими продуктами, напоями, зокрема, кавою виробництва СП «Галка Лтд» та тютюновими виробами.

Результати фінансово-господарської діяльності ДП «Галка-Харків» на ринку В2В протягом останніх двох років свідчать про його фінансову стійкість.

Серед загальних недоліків діяльності ДП «Галка-Харків», зокрема, маркетингової, можна виділити такі: проблеми впровадження інноваційних технологій; орієнтація керівництва компанії на застарілі маркетингові концепції; відсутність єдиної служби маркетингу на підприємстві та, як наслідок, цілеспрямованої діяльності в області управління маркетинговою діяльністю.

Діяльність підприємства у сфері інноваційної діяльності за своєю сутністю спрямована на визначення, аналіз і урахування чинників, які впливають на процеси генерації ідей, розробки інновацій, виробництва інноваційної продукції та її просування на ринку.

Одним з актуальних напрямів інноваційної діяльності підприємства є впровадження інформаційних технологій і, в першу чергу – інтернет-технологій, що й обумовило доцільність розробки бенчмаркінгового інноваційного проекту – розробки веб-сайту ДП «Галка-Харків».

Основною метою розробки веб-сайту ДП «Галка-Харків» є побудова ефективних систем взаємодії підприємства зі всіма суб'єктами ринку. У межах поставленої мети підприємство може використовувати Інтернет як засіб продажу рекламних послуг споживачам; для організації логістичної системи постачання компанії.

Web-сайт досліджуваного підприємства може надавати користувачам додатковий сервіс – до- і післяпродажне обслуговування. Також за наявності власного сайту зростає ефективність рекламних заходів, що здійснюються в інтернет-мережі.

Керівництву ДП «Галка-Харків» була представлена загальна блок-схема побудови веб-сайту, яка складалась з чотирьох основних етапів.

Першим етапом розробки веб-сайту є визначення цільових аудиторій. Для досліджуваного підприємства – це юридичні та фізичні особи-підприємці, що здійснюють свою діяльність на території Харківської області; постачальники кави та кавових напоїв. На другому етапі ставляться задачі з використанням інтернет-технологій, а також визначаються необхідні інструменти для їх реалізації на сайті. На третьому етапі вирішуються комунікативні завдання. Сайт можна розглядати як маркетинговий комунікативний простір: з інформацією взаємодіють як відвідувачі сайту, у тому числі, представники цільових груп, так і компанія. Інструменти, які можуть бути використані на сайті для передачі інформації – практично весь комплекс маркетингових комунікацій. Четвертий етап спрямований на залучення та утримання цільових груп. Для досягнення цієї цілі рекомендується використовувати програми пошукового й непошукового просування сайту, що є окремим етапом роботи з сайтом; організувати рекламну іміджеву кампанію з просування сайту.

Після виконання цих етапів будуть сформульовані вимоги до функціональності сайту, які необхідно доповнити вимогами до дизайну та технологічних рішень. Наступний крок – створення технічного завдання до проекту та його реалізація.

Упровадження бенчмаркінгового інноваційного проекту дозволить скоротити транзакційні витрати, при цьому вартість комунікацій, в порівнянні з традиційними засобами, стає мінімальною, а їх функціональність значно зростає.