

Чурилов С.В.
**ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ
СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

Світові тенденції глобалізації, швидкого технічного та технологічного підйому виробництва, зростання темпів розвитку національних ринків і, як наслідок, посилення до жахливого рівня конкурентної боротьби ставлять високі вимоги до стратегічного маркетингу в діяльності господарських суб'єктів. Маркетингова стратегія є основним інструментом стратегічного маркетингу, тому саме розробці маркетингових стратегій необхідно приділяти значну увагу, підприємствам, що господарюють в ринкових умовах. Саме маркетингові стратегії допомагають підприємствам цілеспрямовано просуватися вперед.

Складні умови господарювання, зміни в техніці та технологіях, зростаючі вимоги споживачів – все це потребує постійного дослідження та вдосконалення маркетингової стратегії підприємства.

При дослідженні стратегії насамперед необхідно врахувати: на якій стадії життєвого циклу перебуває галузь; структуру галузі; сутність і потужність п'яти конкурентних сил (постачальники найбільш важливих ресурсів, покупці, конкуренція між продавцями всередині галузі, товари-субститути, потенційні продавці даного товару), масштаби діяльності конкурентів.

Вдосконалення, або навіть заміну, стратегії підприємство потребує якщо:

- а) на протязі достатньо довгого часу вона не забезпечує досягнення задовільних показників;
- б) фірми-конкуренти різко змінили свою стратегію;
- в) змінилися інші зовнішні фактори для діяльності фірми;
- г) відкрилися перспективи для прийняття заходів, що в змозі значно підвищити прибутки фірми;
- д) змінились чи виникли нові переваги покупців чи намітились тенденції до можливих змін в цій галузі;
- е) поставлені в стратегії задачі вже вирішені та виконані [1, с. 235].

Література:

1. Федько В.П., Федько Н.Г., Шапор О.А. Маркетинг для технических вузов. Серия "Учебник для технических вузов". Ростов н/Д: Феникс, 2001. - 480с.

Робота виконана під керівництвом доц. каф ЕПОД Ламнауер Н.Ю.