

УДК 338.

В.В. Крийцула

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

ФОРМУВАННЯ І РЕАЛІЗАЦІЯ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА

V. Kryicula

FORMING AND REALIZATION OF MARKETING STRATEGIES OF ENTERPRISE

У сучасній економіці з високим конкурентним середовищем зростає значення ефективної товарної політики підприємства. Посилення конкуренції на ринку товарів та послуг спонукає підприємства витратити значні зусилля та кошти на виготовлення конкурентоспроможної продукції, яка найкращим чином задовольняє потреби споживачів. Одним з важливих аспектів вирішення цієї проблеми є створення необхідної споживчої цінності товарів і послуг, що потребує обрання відповідних показників виробництва та розподілу продукції. Розвиток конкуренції потребує застосування на підприємствах України маркетингової концепції управління товаром, яка націлена на координацію і інтеграцію процесів виробництва та споживання з врахуванням потреб споживачів та інтересів товаровиробників.

На сьогодні для любого підприємства, що діє в умовах економічної кризи є проблема виживання та забезпечення безперервного розвитку. Проблема ця для різних підприємств вирішується по-різному. Кожне підприємство має мати певну детально розроблену товарну стратегію, яка:

- дає визначення основних напрямків і шляхів досягнення цілей зміцнення, зростання та забезпечення виживання організації в довгостроковій перспективі на основі концентрації зусиль на певних пріоритетах;
- є способом встановлення взаємодії фірми із зовнішнім середовищем;
- постійно уточнюється в процесі діяльності, чому має сприяти добре налагоджений зворотній зв'язок;
- через багатоцільовий характер діяльності підприємства має складну внутрішню структуру, тобто можна ставити питання про формування системи стратегій у вигляді "стратегічного набору";
- є основою для розробки стратегічних планів, проектів і програм, які є системною характеристикою напрямків розвитку підприємства;
- є інструментом міжфункціональної інтеграції діяльності підприємства, способом досягнення синергії;
- є основним змістовним елементом діяльності вищого управлінського персоналу;
- є фактором стабілізації відносин в організації;
- дає змогу налагодити ефективну мотивацію, контроль, облік та аналіз, виступаючи як стандарт, котрий визначає успішний розвиток і результати.

Для економіки України товарний менеджмент – це ціла система нових понять і арсеналів нових управлінських інструментів.

Формування і реалізація товарних стратегій на вітчизняних підприємствах ніколи не виконувалась на належному рівні. Сьогодні управління підприємствами зорієнтоване на вирішення короткострокових проблем. Часті зміни завдань, рішень, напрямів діяльності, зниження конкурентоздатності підприємств та їх продукції. Підприємства часто не володіють необхідним запасом інтелектуальної, організаційної, економічної, виробничої стійкості, яка б дозволяла здійснювати ефективне управління товарно-інноваційною політикою підприємства.