

УДК 339

Краузе Ольга, Мозиль Світлана

Krause Olga, Mozil Svetlana

Тернопільський національний технічний Університет імені Івана Пулюя

РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВОЇ КОРПОРАТИВНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

DEVELOPMENT OF MARKETING CORPORATE STRATEGY OF ENTERPRISE

Важливою особливістю сучасного етапу розвитку ринкових відносин в Україні є орієнтація вітчизняних підприємств на підвищення конкурентоспроможності, розширення ринків збуту, формування лояльності споживачів, зміцнення ринкових позицій.

Корпоративна або загальна стратегія підприємства визначає загальний напрям його діяльності, втілення комплексу домінуючих принципів, конкретних цілей маркетингу на тривалий період.

Майбутнє підприємства в конкурентному середовищі можна описати за допомогою ієрархії стратегій:

- головна (корпоративна) стратегія;
- стратегія бізнесу;
- функціональні стратегії.

Корпоративна стратегія фокусується на питаннях взаємодії підприємства з факторами мікроринкового середовища та інтеграції його в єдиний ефективний комплекс. Ця стратегія охоплює визначення сфери бізнесу, взаємодії із групами впливу і концептуальною основою розвитку підприємства.

Основними завданнями корпоративної стратегії підприємства є:

- сформулювати (обрати) головний напрям діяльності підприємства та його стратегічних бізнес-одиниць;

- визначити (встановити) конкретну роль кожної стратегічної бізнес-одиниці та кожного її підрозділу у реалізації корпоративної стратегії;

- визначити принцип розподілу ресурсі (інвестицій) між стратегічними бізнес-одиницями.

Якісно сформована маркетингова корпоративна стратегія потрібна дає можливість підприємству:

- оптимально використати джерела росту фінансових показників продажів;

- змодельовати системні бізнес-процеси у виробництві, маркетингу, продажах, тощо;

- вибудувати унікальне становище підприємства відносно його конкурентів;

- створити новий продукт та вийти на ринок із влучною ціннісною пропозицією;

- вийти на новий ринок збуту та зайняти на ньому впевнену позицію;

- побудувати модель антикризового управління.

Вибір корпоративної стратегії підприємства є прерогативою вищого рівня управління. Розробка корпоративної стратегії підприємства, вибір загального напрямку його діяльності є надзвичайно відповідальним рішенням, оскільки корпоративна стратегія визначає зміст базових і функціональних стратегій підприємства.

Вибір корпоративної стратегії підприємства базується на сукупному впливі його стратегічного клімату та стратегічному капіталі.