

УДК: 658.8

Більський А.В.

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

МАРКЕТИНГ ЯК КЕРІВНА ФІЛОСОФІЯ БІЗНЕСУ

Bilskiy A.

MARKETING AS A LEADING BUSINESS PHILOSOPHY

Маркетинг поєднує науку і мистецтво, спрямоване на подолання розриву між виробниками та споживачами. Він виконує роль творчого управління, мета якого полягає в досягненні угоди, від якої виграють обидві сторони.

Маркетинг відіграє вирішальну роль у розвитку ринку та оцінці потреб споживачів. Він допомагає бізнесу ефективно продавати свої продукти або послуги кінцевим споживачам, засновуючись на вимогах споживачів.

Стратегія є чітко визначеним і довгостроковим напрямком розвитку організації, спрямованим на зміцнення її позицій, задоволення клієнтів і досягнення поставлених цілей. Стратегічне планування включає створення довгострокових цілей і тактик для організації з оцінкою ресурсів і можливостей для досягнення поставлених цілей та конкурентної позиції. Стратегічне планування допомагає зменшити ризик помилок та реагувати на зміни для забезпечення успіху компанії.

Стратегічний маркетинг є важливою складовою стратегічного управління підприємством, оскільки визначає напрямок дій у межах загальної бізнес-стратегії та контролює внесок функціональних відділів у реалізацію стратегії. Відповідно до стратегічного маркетингу, планування маркетингу включає встановлення маркетингових цілей і розробку ефективних маркетингових стратегій.

Основна мета стратегічного маркетингу полягає в досягненні конкурентної переваги, задоволенні потреб споживачів і досягненні поставлених цілей підприємства. Визначення маркетингової стратегії включає вибір ринку, розробку стратегій ціноутворення та продукту, встановлення міцних ділових відносин і аналіз зовнішнього середовища.

Розробка конкурентної стратегії є важливим кроком для досягнення успіху на ринку. Ця стратегія повинна включати поєднання економічної ефективності та диференціації, що дозволяє підприємству створювати значну цінність для споживачів.

Основні результати успішної конкурентної стратегії включають домінування на ринку та досягнення прибутковості, яка перевищує середній рівень відносної по галузі. Ці цілі можуть бути досягнуті шляхом створення унікальних конкурентних переваг, які дозволяють підприємству виділятися серед конкурентів.

Конкурентні переваги є важливим елементом успіху підприємства. Вони діляться на зовнішні та внутрішні, враховуючи ринкові та організаційні аспекти.

Зовнішні конкурентні переваги пов'язані з ринковою перевагою підприємства, що включає якість продукції, обслуговування, імідж компанії та інноваційність. Вони створюють цінність для споживачів і допомагають задовольнити їхні потреби.

Внутрішні конкурентні переваги базуються на організаційному та виробничому досвіді підприємства. Вони можуть включати технологію, ефективність виробництва, ефект масштабу та ефективне управління. Ці переваги допомагають підприємству забезпечити ефективну операційну діяльність та конкурентоспроможність.