

РОЛЬ ВИКОРИСТАННЯ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ НА СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Остапенко Є.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»,
м. Харків*

В умовах ринкової економіки важливою передумовою для сталого розвитку і довговічності підприємства є орієнтація виробництва на споживачів, підвищення конкурентоспроможності продукції, гнучка адаптація до мінливих умов ринку. Кожна компанія, перш ніж планувати обсяги виробництва і формувати виробничі потужності, повинна знати, які продукти, у якому обсязі, де, коли та за якою ціною буде продавати. Для цього необхідно вивчити попит на продукти, ринки його продажу, місткість, фактичних і потенційних конкурентів, потенційних покупців, можливість організувати виробництво за конкурентоспроможною ціною, наявність необхідних матеріальних ресурсів. Від цього залежать фінансові результати та фінансова стабільність підприємства.

Маркетингова ж стратегія просування дозволяє будь-якій компанії сформулювати власну позицію на ринку, зробити власний бренд (або продукт) сталим і відомим, проаналізувати поточну та перспективну ринкову ситуацію, конкурентне середовище - на основі багатьох факторів будуть виявлені ефективні напрямки, необхідні для виконання позиціонування. Стратегія просування допомагає визначити цілі і завдання, які повинні бути виконані, визначити шляхи та засоби їх досягнення. Сьогодні будь-яка торгова марка, яка дійсно хоче закріпитися на ринку і стабільно розвиватися, вимагає складання стратегії просування товарів/послуг. Можна сказати, що стратегія просування товарів на ринок - це план захоплення, без якого можна лишитися забути, навіть якщо ваш продукт має багато переваг.

Якщо про вас не знали або забули, що відбувається з часом, якщо не продумати стратегію просування товару, рано чи пізно це призведе до зниження прибутків або навіть розорення. Стратегія просування для певного продукту чи торгової марки в цілому необхідна у тому випадку, якщо ваша ділова репутація була якимось-чином скомпрометована, або користувачі поставили під сумнів якість товару. Таким чином, актуальність даної теми на сьогодні очевидна. Комплексний аналіз при розробці стратегії ефективного просування дозволяє не прогавити жодної важливої деталі. Маркетингова стратегія просування буде ідентифікувати конкурентні переваги, структуру ринку та тенденції його розвитку, принципи ціноутворення. На основі стратегії просування послуг буде обрано і розроблено ефективний спосіб цінового та цільового позиціонування.