

ПОКРАЩЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ АВТОМОБІЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Мовчанюк В. І.

Науковий керівник –каф. «Менеджмент зовнішньоекономічної та інноваційної
діяльності», ст. викл., Аверіхіна Т.В

Сьогодні чимало фахівці усвідомили принципово значну роль маркетингу. До того ж це актуально підприємствам будь-якій галузі економіки. Одне з найважливіших елементів організації маркетингової діяльності є будівництво та впровадження її стратегії. У сучасних умовах кожне підприємство зацікавлене в ефективному управлінні своєю маркетинговою діяльністю. Зокрема, йому потрібно знати, як аналізувати ринкові можливості, відбирати кращі цільові ринки, розробляти ефективний комплекс маркетингу й успішно управляти перетворенням у життя маркетингових зусиль.

В Україні реалізація завдань стратегічного маркетингу ускладнена тим, що досвід реального застосування стратегічного маркетингу невеликий, у багатьох компаніях не усвідомлюється необхідність організації служби маркетингу як самостійного підрозділу. Мало уваги приділяється питанням стратегічного планування, як правило, про стратегічні цілі організації персонал має лише загальне уявлення.

На сьогоднішній день існують чимало стратегій маркетингової діяльності підприємств, однак постає питання, яку саме обрати. В цьому дослідженні буде виявлено яку стратегію обрати та шляхи покращення розвитку.