

## МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ КОММЕРЧЕСКОГО УСПЕХА ПРЕДПРИЯТИЯ

**Косенко А.П., Ткачева Н.П., Перерва П.Г.**  
*Национальный технический университет  
«Харьковский политехнический институт», г. Харьков*

Рыночная стратегия предприятия рассматривается и определяется с двух позиций:

- а) с позиции предприятия, его особенностей, потребностей и возможностей;
- б) с позиций рынка - его емкости, уровня насыщенности, состояния конкуренции, вероятности появления товаров-аналогов и товаров-заменителей и др.

Предпочтение той или иной позиции приводит к маркетинга, ориентированный на продукт, либо к маркетингу, ориентированного на потребителя. Маркетинг реализуется в сочетании трех моментов - прошлого, настоящего, будущего. Его нельзя рассматривать как орудие решения срочных задач, а наоборот, это средство наблюдения за воспроизведением предприятия (фирмы), его текущей и перспективной организацией.

Коммерческая деятельность предпринимательских структур начинается с всестороннего и глубокого анализа рынка и его возможностей. Осуществляется это проведением сегментации рынка, разделением его на части с учетом определенных особенностей потребителей. После изучения структуры рынка предпринимательские структуры выбирают ту или иную стратегию. Тогда для каждого сегмента рынка предполагается выпуск соответствующего товара.

В дальнейшем предприятие (фирма) проводит позиционирование товара на рынке. Оно выясняет соответствие своего товара требованиям потребителей, а также его позицию по сравнению с аналогичными товарами конкурентов и выбирает вид маркетинга, который будет использоваться в том или ином случае. Таким образом влияют на потребителей, их покупательную способность.

### **Литература:**

1. Перерва П. Г. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності / П.Г. Перерва, С. Нагі, Т.О. Кобелева // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94.
2. Романчик Т. В. Деякі аспекти економічної безпеки промислових підприємств / Т.В. Романчик // Тези доп. 24-ї Міжнар. наук.-практ. конф. "Інформаційні технології : наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я" (MicroCAD–2016), 18-20 травня 2016 р. / ред. Є.І. Сокол. – Харків : НТУ "ХПІ", 2016. – С. 283.
3. Kocziszky, György Reputational compliance / György Kocziszky, M. Veres Somosi, Т.О. Kobieliava // Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум–2017" : тр. 13-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2017 р. / ред.: О.В. Манойленко. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – С. 140-143.
4. Перерва П. Г. Моделирование споживчої, виробничої, інтелектуальної та кадрової складових ресурсного потенціалу / П. Г. Перерва, О. П. Косенко, А. В. Косенко // Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ" : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. – Харків : НТУ "ХПІ", 2012. – № 51 (957). – С. 68-73.
5. Романчик Т.В. Аналіз стану інноваційної активності економіки України [Текст] / Т.В. Романчик // Бізнес-інформ. – 2014. – №5. – С. 111-115.