

## **МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ДЛЯ ПІДТРИМКИ УКРАЇНСЬКИХ ВИРОБНИКІВ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ КОНКУРЕНЦІЇ**

**Райко Д.В., Рибалкін О.А., Кондратенко О.А.**

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

У сьогоденних реаліях глобалізації та цифрової трансформації маркетингові стратегії є ключовим інструментом для розвитку бізнес-структур. Маркетингові стратегії визначають загальний вектор діяльності підприємства задля досягнення його стратегічних цілей. Водночас звичні підходи до їх класифікації вже не повністю відповідають сучасним викликам, що обумовлює необхідність розгляду нових моделей, які б брали до уваги як внутрішні, так і зовнішні виклики.

Важливою частиною маркетингових стратегій є інтегрування цифрових технологій, що дає змогу покращити ефективність комунікації з клієнтами, оптимізувати витрати та забезпечити гнучкіше управління ресурсами. У цьому сенсі цифровізація виступає як ключовий чинник, який дозволяє бізнесу не тільки пристосовуватися до сучасних умов, але й відкривати нові можливості для росту та розвитку [1].

У сьогоденні, коли бізнес-клімат зазнає серйозних змін під тиском глобалізації, цифровізації та геополітичних факторів, особливу вагу мають такі маркетингові стратегії, що ґрунтуються на: а) цифровій трансформації та технологічних нововведеннях; б) інтерактивному маркетингу та віртуальних технологіях; в) підтримці сталого розвитку та екологічних починаннях; г) персоналізації та гіперперсоналізованих пропозиціях; д) використанні блокчейн-технологій для прозорості та довіри (для відстеження історії виготовлення та постачання продукції); е) інфлюенс-маркетингу та спільному підході; є) міжнародній колаборації та взаємодії з іншими брендами; ж) інноваційних методах дистрибуції та доставки (використання сучасних технологій для ефективною мікродистрибуції, доставка через локальних партнерів); з) гейміфікація маркетингових кампаній; и) впровадженні інноваційних технологій в упаковку (впровадження пакування з біорозкладних матеріалів або упаковки, що може бути повторно використана); і) агільних стратегіях та швидких експериментах; ї) стратегіях контент-маркетингу [2].

Інтеграція та інновації – важливі чинники маркетингових стратегій, які сприяють українським виробникам досягати успіху в конкурентному світі, використовуючи технологічні новації та сучасні підходи до маркетингу.

### **Література:**

1. Старецький А. О. Класифікація маркетингових стратегій для забезпечення розвитку бізнес-структур. *Академічні візії*. 2024. Випуск 36.
2. Носань Н.С. Інноваційні маркетингові стратегії сучасного українського підприємства. *Економіка та суспільство*. 2024. Випуск 59.