ФОРМУВАННЯ
МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Мета рекомендацій – запропонувати методику формування маркетингових стратегій розвитку сільськогосподарських підприємств як основи підвищення їх конкурентоспроможності та ефективності у ринкових умовах.

Область застосування. Розроблені методичні вказівки призначені для сільськогосподарських підприємств різних форм власності щодо формування маркетингових стратегій розвитку.

Апробація. Рекомендації реалізовані в стратегічних планах розвитку сільськогосподарських підприємств Запорізької області.

Основний результат. Розроблена маркетингова стратегія підприємств дозволяє розвивати підприємство, координувати рішення та дії в галузі маркетингу, мотивувати співробітників, створювати передумови для оцінки та контролю результатів.

Визначено алгоритм побудови маркетингової стратегії сільськогосподарських підприємства, який включає:

- дослідження стратегічного потенціалу сільськогосподарських підприємств;
- аналіз макросередовища підприємства передбачає вивчення дії економічних, політико-правових, демографічних, соціально-культурних, науково-технічних, природних факторів;
- аналіз мікросередовища підприємства дозволяє виявити ступінь впливу конкурентів, постачальників, споживачів, контактних аудиторів та посередників;
- визначення місії та стратегічних цілей розвитку аграрних підприємств;
- обґрунтування стратегічних альтернатив розвитку підприємства за допомогою методів стратегічного аналізу: БКГ, SPACE, Shell/DPM, SWOT, McKinsey, ADL/LC, Hofer Schendel та інших;
- вибір остаточної маркетингової стратегії розвитку підприємства, як опис послідовності подій від теперішнього до майбутнього стану розвитку підприємства;
- розробка стратегічних маркетингових заходів для реалізації стратегії, що включають строки виконання, структурні підрозділи, ресурси.
- аналіз, контроль та оцінка реалізації маркетингових стратегії розвитку аграрних підприємств.

Автори розробки: к.е.н. Шевчук О.Ю., к.е.н. Шквиря Н.О.