



НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

# СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ

А.В. Збарська



НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

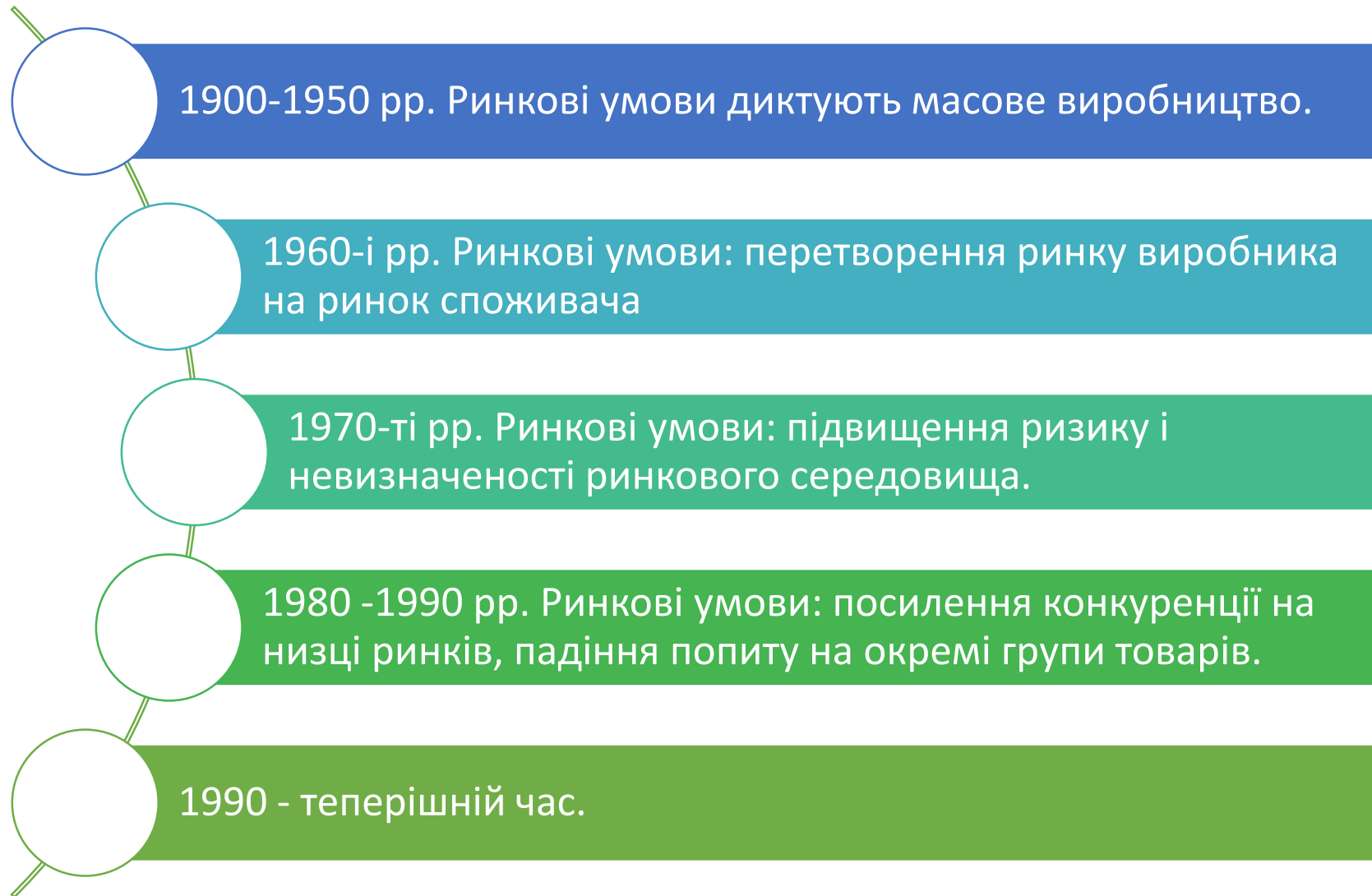
# **Тема 1**

## **Сутність і сфера стратегічного маркетингу**

## **ПЛАН**

- 1. Передумови розвитку стратегічного маркетингу**
- 2. Предмет, принципи та завдання стратегічного маркетингу**
- 3. Поняття і елементи стратегічного маркетингу**
- 4. Генезис теорії та основні концепції стратегічного маркетингу**
- 5. Основні категорії стратегічного маркетингу**
- 6. Поняття «стратегія»**
- 7. Рівні формування стратегій**
- 8. Класифікація маркетингових стратегій**
- 9. Місце стратегічного маркетингу в системі управління підприємством**
- 10. Відмінності стратегічного і тактичного маркетингу**

# ІСТОРИЧНІ ЕТАПИ РОЗВИТКУ ТЕОРІЇ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ



# **СТРАТЕГІЯ МАРКЕТИНГУ**

# **СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ**

# **ЗАВДАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ**

## 1 блок

- Розуміння ринкових процесів

## 2 блок

- Вибір стратегії

## 3 блок

- Визначення механізму реалізації стратегії



# РИСИ СУЧАСНОГО СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ



# **7 Відмінних рис стратегічного маркетингу**



# **Елементи стратегічного маркетингу**

# **Масштаби стратегічного планування**

# **Стратегічний маркетинг**

**Стратегічний маркетинг** — це процес розробки й реалізації генеральної програми дій підприємства для ефективного розміщення ресурсів і завоювання перспективного цільового ринку.



**Ф. Тейлор**



**І. Ансофф**

# ГЕНЕЗИС НАУКОВИХ УЯВЛЕНЬ ПРО ОСНОВНИЙ ЗМІСТ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ





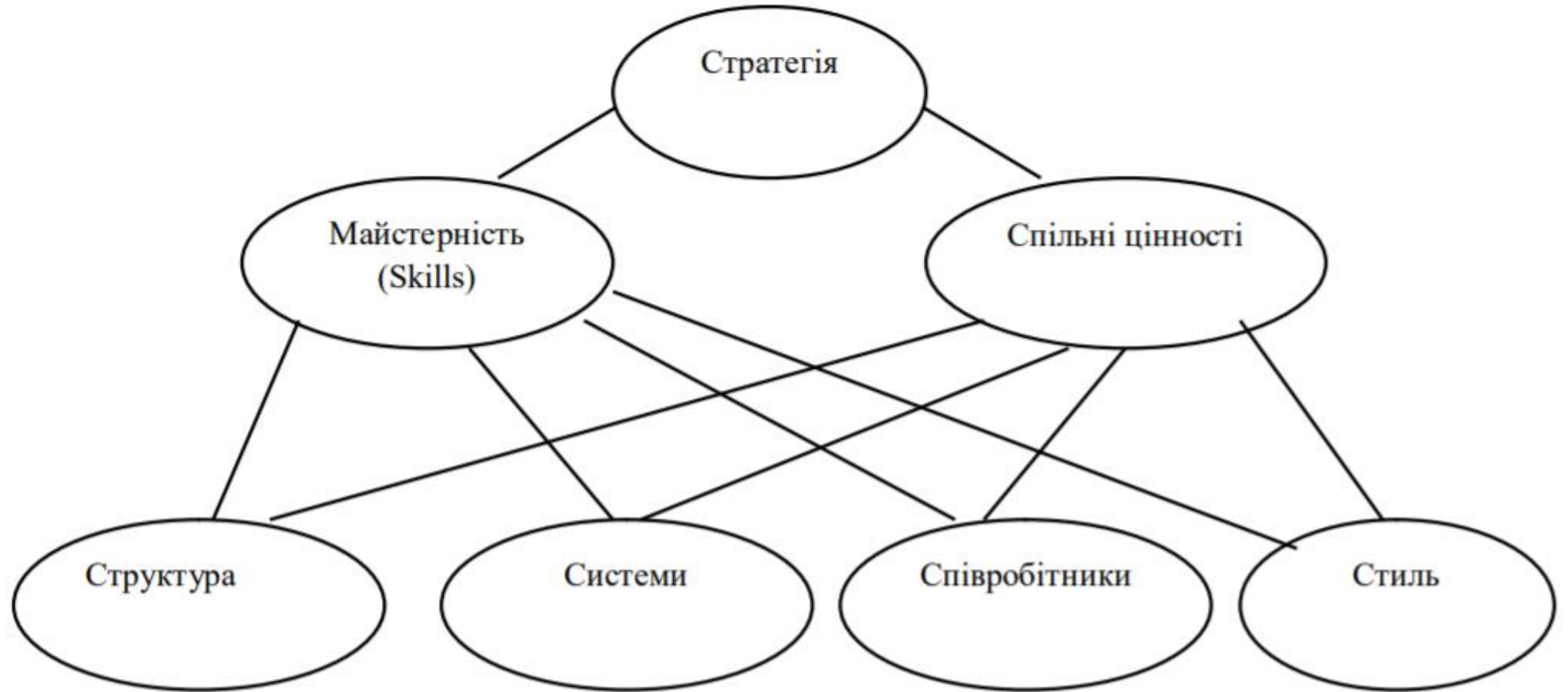
## ПРОЦЕС РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ, ЗАСНОВАНИЙ НА КОНЦЕПЦІЇ ШКОЛИ ПРОЕКТУВАННЯ

Етапи	Зміст етапу
<p style="text-align: center;">Перший етап Закладення основ для стратегічного планування</p>	Визначення загального бачення діяльності підприємства
	Розробка принципів діяльності й системи цінностей
	Визначення місії
	Визначення цілей
<p style="text-align: center;">Другий етап Визначення базової стратегії</p>	Дослідження маркетингового середовища
	Оцінка довгострокових цінностей, сильних і слабких сторін
	Виявлення та вибір найпривабливіших сегментів
	Формулювання загальної та бізнес-стратегії
<p style="text-align: center;">Третій етап Уточнення стратегії</p>	Визначення можливостей забезпечення конкурентних переваг у обраних сегментах
	Оцінка стратегії, узгодження її з функціональними планами й підрозділами та потребами, коригування цілей
	Інтегрування стратегії та подальший розвиток сильних сторін і можливостей підприємства

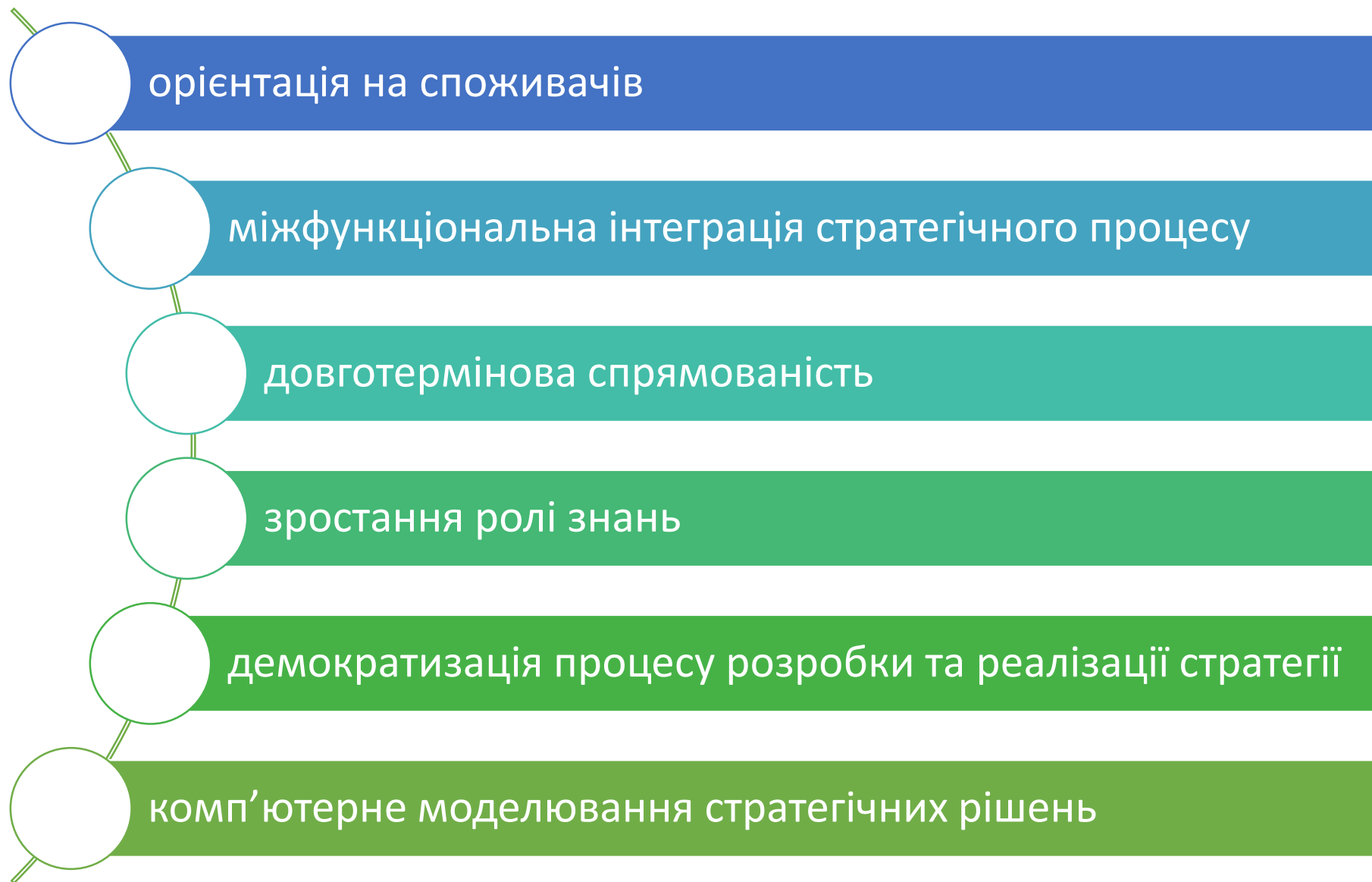


**ПРОЦЕС  
ФОРМУВАННЯ  
СТРАТЕГІЙ  
ПІДПРИЄМСТВ НА  
ОСНОВІ  
РЕСУРСНОГО  
ПІДХОДУ**

# КОНЦЕПЦІЯ 7S-МАТРИЦЯ MCKINSEY (ЧИННИКИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ)



# ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ



# **МІСІЯ ПІДПРИЄМСТВА**

**"СТРАТЕГІЧНИЙ  
ГОСПОДАРСЬКИЙ  
ПІДРОЗДІЛ"  
(СГП)**

**ПОРТФЕЛЬ  
БІЗНЕСУ  
ПІДПРИЄМСТВА**

# **МАРКЕТИНГОВА ЦІЛЬ**



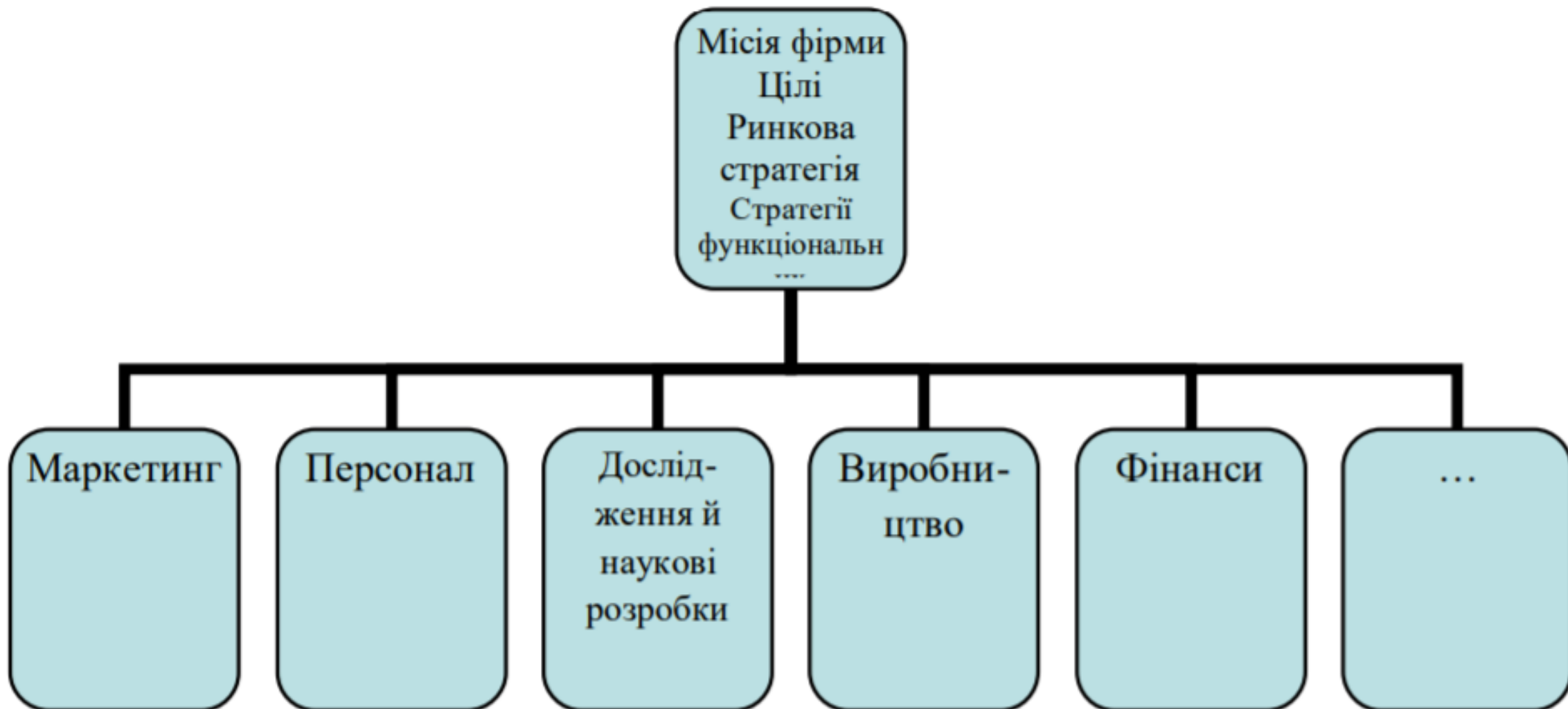
# Ринкова частка підприємства

$$РЧП = V / MP * 100\%$$

# ВІДНОСНА РИНКОВА ЧАСТКА ПІДПРИЄМСТВА


$$ВРЧП = РЧП / РЧК$$

# МІСЦЕ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ У ПРОЦЕСІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ



## МІСЦЕ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГУ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ



A decorative vertical border on the left side of the slide, featuring intricate golden scrollwork and floral patterns on a light blue background.

Тактичний  
маркетинг

A decorative vertical border on the right side of the slide, featuring intricate golden scrollwork and floral patterns on a light blue background.

Стратегічний  
маркетинг

# **Роль стратегічного маркетингу в діяльності підприємств**



НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ УКРАЇНИ

**ДЯКУЮ ЗА УВАГУ!**