

Для ООО «Белагро Бел» актуальным является использование различных маркетинговых инструментов, способствующих реализации продукции. Особо следует выделить активную рекламу в СМИ и участие в выставках.

ООО «Белагро Бел» имеет свой собственный сайт, где расположена вся информация, начиная от истории создания до контактных данных, что позволяет привлекать новых клиентов для сотрудничества. Имеются также аккаунты в таких социальных сетях как Вконтакте, Instagram.

ООО «Белагро Бел» регулярно участвует в различных выставках, что обеспечивает заключение новых договоров как с небольшими фермерскими хозяйствами, так и с крупными аграрными холдингами.

УДК 658.014

Николай Волык

(Российская Федерация)

Научный руководитель Н.И. Болтянская, к.т.н., доцент
Мелитопольский государственный университет

РАЗРАБОТКА КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПОДСОЛНЕЧНОГО МАСЛА НА РЫНКЕ ЕС

Разработка международных маркетинговых стратегий предполагает использование тех или иных элементов одного из альтернативных подходов к маркетинговой деятельности на зарубежных рынках – стандартизации или адаптации. Практика международной деятельности компаний доказала невозможность «чистого» применения элементов только одного из полярных подходов. Это означает, что стандартизованную стратегию следует использовать в той мере, где это возможно, а адаптированную – там, где нужно (рисунок 1).

Интегрированный подход позволяет, используя отдельные преимущества стандартизации и адаптации, синтезировать новую производительную стратегию, что в наибольшей степени способствует росту эффективности производственно-коммерческой активности компании по продвижению продукта на зарубежные рынки.

Интегрированная модель формирования международной конкурентной стратегии предприятия (рисунок 2) предлагает решение вопро-

са о десистематизированности стратегического планирования на предприятиях.



Рисунок 1 – Подходы к разработке международных маркетинговых стратегий



Рисунок 2 – Интегрированная модель формирования международной конкурентной стратегии предприятия

Внешний круг на изображении демонстрирует основные группы внешних факторов, влияющих на каждую из стратегий портфеля, внутренний круг отражает взаимосвязанные стратегии предприятия, выступающие одновременно и зависимыми, и независимыми переменными относительно международной конкурентной стратегии. Интегрированная модель формирования международной конкурентной стратегии предприятия предлагает решение вопроса о десистематизированности

стратегического планирования на предприятиях. Применение такой стратегии, основанной на эффекте синергии от интеграции всего портфеля стратегий, должно обеспечивать длительную победу не только на национальном уровне, но и на международном. Эффективная международная стратегия отечественных производителей подсолнечного масла должна учитывать конкурентную ситуацию на мировом рынке, в частности, состояние производства подсолнечного масла и другие факторы.

УДК 339.138:658.8

Анастасия Вольнец
(Республика Беларусь)

Научный руководитель И. И. Станкевич
Белорусский государственный аграрный технический университет

ПОДХОДЫ К РАЗРАБОТКЕ МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ОРГАНИЗАЦИИ

Стратегическое планирование отвечает на ряд ключевых вопросов, которые требуют значительных временных и трудовых затрат на поддержание процесса анализа внешней среды и обоснования ответов.

Разработка маркетинговой стратегии начинается с анализа ситуации, а также выработки соответствующего видения и миссии, которые направляют действие организации и помогают сформировать актуальную организационную структуру и внутреннюю культуру.

Важной частью стратегического планирования в маркетинге является также исследование результативности, поскольку многие организации, применяющие на практике концепции маркетинга, обязаны вовремя отслеживать эффективность средств вложенных в мероприятия по изучению состояния рынка.

Таким образом, стратегический маркетинг является основой при составлении планов производства, закупок и других стратегических внутренних документов. Он поддерживает общий процесс стратегического планирования и для многих организаций является ведущим направлением, обеспечивающим успех и высокую операционную эффективность.

Стратегическое планирование включает разработку стратегии долгосрочного выживания и роста. При осуществлении стратегического планирования выделяют следующие этапы: определение миссии ор-