

даному ринковому середовищу. Практично всі рішення, які приймаються персоналом, ґрунтуються на інтуїції. При цьому працівники майже не записують на папері свої маркетингові плани, в зв'язку з чим немає можливості виявити, як приймалися найбільш успішні рішення. Такі плани, як правило, зберігаються в голові.

Персонал підприємства повинен бути здібним створювати ідеї, управляти ними, використовуючи маркетингову інформацію, і примушувати їх працювати. Однією із переваг працівника, який володіє маркетинговою стратегією, є те, що його погляди, особисті ідеї і плани прямо пов'язані з інтересами підприємства і визначають його оперативні дії.

Прийняття рішень в умовах ринкових відносин може бути охарактеризоване як процедура формування маркетингової стратегії, яка направлена на боротьбу з конкурентами. В результаті дослідження маркетингової стратегії окремого підприємства зводиться до вивчення процедури прийняття стратегічних рішень і є принципово важливим кроком на шляху удосконалення управління і забезпечення економічної стійкості підприємства. Ця процедура є свого роду основою забезпечення життєстійкості, і економічної стабільності, і міцності успіху підприємства. На жаль, поки що вони недостатньо вивчені, так як, не дивлячись на їх значення для конкурентноспроможності і економічної стійкості підприємства, менеджери приділяють їм мало уваги. Та й самі підприємства часто не розроблюють чітких і ясних операційних процедур прийняття стратегічних рішень в той час, як відомо, що надійність маркетингової стратегії збільшується за наявності відповідних процедур, які розроблюються з широкою участю спеціалістів.

*І. Є. Равікович, асистент  
Київський національний економічний університет*

## **ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТНОСПРОМОЖНОСТІ НА ДЕРЖАВНОМУ РІВНІ**

В умовах розвитку міжнародної торгівлі, українські підприємства натрапляють на проблему реалізації своєї продукції як на внутрішньому, так і зовнішньому ринку. Проблема полягає в тому, що українським підприємствам важко конкурувати з іноземними підприємствами, у силу того, що мало уваги приділяється застосуванню маркетингу у виробничо-збутовій діяльності.

В умовах розвиненого конкурентного ринку маркетинг стає ефективним засобом при вирішенні проблем якості і конкурентноздатності товарів, випробуючи, у свою чергу, їхній зворотний вплив, що розширює або знижує його можливості.

Проблеми якості і конкурентноздатності повинні вирішуватись як на мікро рівні, тобто діями керівників підприємств, що спрямовані на організацію виробничо-збутової діяльності, так і на макрорівні, тобто на рівні держави, що створює зовнішнє середовище для діяльності підприємств.

Існують такі основні задачі, що повинні вирішуватись на макрорівні для підвищення якості і конкурентноздатності вітчизняної продукції:

1) Удосконалення законодавчої бази. Полягає в захисті інтересів всіх учасників ринкових відносин, а саму вітчизняних виробників, підприємств з іноземним капіталом, посередників і споживачів.

2) Створити сприятливе економічне середовище для діяльності вітчизняних підприємств і організацій. Переглянути податкову політику, з можливим зниженням податкових ставок і пільгового оподаткування.

3) Збільшити витрати на науку й освіту. Створити сприятливу базу для навчання висококваліфікованих фахівців в області менеджменту, маркетингу і фінансів.

Таким чином, без втручання держави в вирішення проблем зв'язаних з якістю і конкурентноздатністю продукції, не можливо розраховувати на повноцінну діяльність українських виробників на світових та вітчизняних ринках.

*Т. Б. Решетилова, д-р экон. наук, профессор  
Национальный горный университет*

## **МЕДИАПЛАНИРОВАНИЕ В ЦИКЛЕ ПРОИЗВОДСТВА РЕКЛАМЫ**

Медиапланирование как технологическая операция в цикле производства рекламы известно давно и широко применяется. Его основной задачей является оптимизация схемы размещения рекламных материалов, основанная на объективных показателях. Для создания оптимального медиаплана необходимо обладать большим объемом информации, относящейся к различным областям, к числу которых относятся затраты, охват и частота воздей-