



УДК 339.138

МАРКЕТИНГОВЕ СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ПОРТФЕЛЕМ БІЗНЕСУ ПІДПРИЄМСТВА

Студ. О.О. Кравець, гр. МРмг 1-15

Наук. керівник доц. О.С. Євсейцева

Київський національний університет технологій та дизайну

Для успішного функціонування підприємству необхідні стратегічне бачення, яке відтворює сутність бізнесу і спрямовує зусилля всіх його підрозділів на досягнення більш високих показників, ніж у суперників, та ринкова орієнтація підприємства, яка передбачає пріоритетність споживача, чіткий процес формулювання і вибору оптимальної стратегії.

У процесі конкурентної боротьби і вирішення проблеми отримання стійкого положення у галузі та на ринку вітчизняні підприємства використовують різні стратегічні підходи, які переважно базуються на досвіді та інтуїції менеджерів і, як наслідок, є науково необґрунтованими.

Актуальною проблемою розвитку економіки України на сучасному етапі є підвищення ефективності суспільного виробництва шляхом випуску конкурентоспроможної продукції на базі науково-технічних інновацій, що зумовлює необхідність посилення стратегічного напрямку діяльності підприємств. Надзвичайно важливе місце в стратегічній діяльності підприємства посідає його маркетингова стратегія, яка формує ринкові стратегічні орієнтири.

Основне завдання стратегічного управління портфелем бізнесу - оцінити становище і перспективи кожного стратегічного господарського підрозділу у складі портфеля бізнесу фірми. Сутність маркетингового управління портфелем бізнесу фірми полягає у визначенні реального ринкового становища стратегічних господарських підрозділів та стратегічних напрямів їх подальшого розвитку.

Маркетингове управління портфелем бізнесу фірми розв'язує такі основні завдання:

- визначення конкурентних позицій стратегічних господарських підрозділів фірми,
- розподілення стратегічних ресурсів між стратегічними господарськими підрозділами фірми,
- визначення напрямів стратегічного розвитку стратегічних господарських підрозділів (від переважного розвитку до виключення зі складу портфеля бізнесу),
- визначення пріоритетів розвитку портфеля бізнесу,
- зменшення стратегічної вразливості портфеля бізнесу фірми,
- досягнення рівноваги між довго- та короткостроковими перспективами розвитку фірми.

Методологічний інструментарій маркетингового управління портфелем бізнесу підприємства включає такі основні моделі:

- стратегічну модель М. Портера,
- матрицю Бостонської консультативної групи (матриця росту),
- матрицю "Дженерал Електрик — Мак Кінсі" (матриця привабливості ринку).

Мета застосування усіх цих моделей однакова: визначити конкурентне становище стратегічних господарських підрозділів та стратегії їх розвитку.

Отже, проведення портфельного аналізу дозволить узгодити бізнес стратегії різних господарських підрозділів підприємства, забезпечити при цьому рівновагу їх розвитку, оптимально розподілити ресурси між стратегічними підрозділами й обґрунтувати напрямки реструктуризації підприємства.