

2. Макельский, С. Как создать и продать логотип [Электронный ресурс] / С. Макельский. – Режим доступа: <http://bookre.org/reader?file=587331&pg=19>.

3. Какодей А. О. Формування бренду в сучасних умовах ринку / А. О. Какодей // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». - №1 (23) т.1., 2017, - с.72-79.

4. Карпова, С. В. Брендинг : учебник и практикум для прикладного бакалаврата / С. В. Карпова, И. К. Захаренко ; под общей редакцией С. В. Карповой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2014.- 439 с.- (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3111-2. -Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/378812>.

5. Січко С.М. Бренд як інструмент сучасного бізнесу /С.М. Січко // Економічний вісник НГУ. - 2008 № 1-2.

6. У чому полягає сила бренду: розставимо всі крапки над «і» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://rubarbs.com/ua/article/v-chem-zaklyuchayetsya-sila-brenda-rasstavim-vse-tochki-nad-i>.

Максименко Діана Вікторівна,
к.е.н., доцент кафедри обліку і
оподаткування та маркетингу,
Мукачівського державного університету

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ

У складних динамічних умовах функціонування сучасних підприємств різко підвищилося значення стратегічної поведінки, яка дозволить підприємствам вижити у конкурентній боротьбі в довгостроковій перспективі. В сучасних умовах розвитку економіки підприємства різних форм власності зіштовхуються з багатьма проблемами функціонування та виживання у ринковому середовищі. Однією з основних проблем, від якої залежить доходність підприємств, є підвищення рівня конкурентоспроможності товарів (послуг) підприємств і підприємств у цілому, тобто конкурентоспроможності бізнесу. Цей показник виступає головною умовою успішної конкуренції підприємств на ринку.

Прискорення змін у конкурентному маркетинговому середовищі, наростаюча диференціація потреб і зміна позиції споживача, зростання конкуренції за ресурси, інтернаціоналізація бізнесу, поява нових, часто дійсно несподіваних можливостей для здійснення бізнесу, розвиток інформаційних мереж, що робить можливим миттєве розповсюдження і отримання інформації, широка доступність сучасних технологій, зміна ролі трудових ресурсів, а також низка інших факторів призвели до суттєвого підвищення значення стратегічного управління конкурентоспроможністю.

Стратегічне управління конкурентоспроможністю – це таке управління, що спирається на трудовий потенціал як основу підприємств, орієнтує комерційну

діяльність на потреби споживачів, гнучко реагує і проводить своєчасні зміни в підприємствах, що у сукупності дає можливість підприємствам виживати у довгостроковій перспективі, досягаючи при цьому своїх стратегічних конкурентних цілей.

В процесі стратегічного управління конкурентоспроможністю необхідно розробляти систему цілей підприємств як головного орієнтиру їхнього перспективного розвитку, визначати і встановлювати зв'язки з конкурентним маркетинговим середовищем підприємств і досягати бажаного стану взаємовідносин з ним, розробляти набір управлінських рішень і дій щодо формування і реалізації конкурентних маркетингових стратегій для досягнення поставлених стратегічних конкурентних цілей.

Стратегічне управління конкурентоспроможністю в системі маркетингового менеджменту підприємств передбачає управління усіма функціями менеджменту на основі стратегічного підходу з метою ефективного використання внутрішнього конкурентного потенціалу і забезпечення довгострокових конкурентних переваг підприємствам.

Маркетинговий менеджмент надає можливість розкриття особливостей управління підприємствами з орієнтацією на потреби ринку в умовах ринкових відносин в Україні.

Управління конкурентоспроможністю в системі маркетингового менеджменту орієнтовано на стабільність стану підприємств на конкурентному ринку за рахунок вдало обраного сегменту ринку, конкурентоспроможного комплексу маркетингу підприємств, що забезпечують детально пророблені і збалансовані з конкурентними можливостями і стратегічними ресурсами конкурентні маркетингові стратегії. Підприємства в процесі управління конкурентоспроможністю повинні прагнути наслідувати провідним конкурентам щодо системи менеджменту, технології, організації діяльності, збуту, сервісу, тощо, тобто утворювати свого роду стереотип ділової поведінки, заснованої на використанні провідного досвіду.

Основний принцип стратегічного управління конкурентоспроможністю в умовах маркетингової орієнтації можна визначити наступним чином: конкурентоспроможність товарів є проявом конкурентоспроможності маркетингової конкурентної політики підприємств, конкурентоспроможність підприємств залежить від продуманої конкурентної маркетингової політики, конкурентоспроможність підприємств відбиває конкурентоспроможність країни в цілому, а конкурентоспроможність декількох країн, що входять у міжнародні союзи, альянси, об'єднання – глобальну конкурентоспроможність.

Отже, стратегічне управління конкурентоспроможністю – це комплекс процесів і засобів розробки та реалізації портфелю конкурентних маркетингових стратегій підприємств з метою здійснення своєчасних змін, що відповідають запитам конкурентного маркетингового середовища і дозволяють одержувати довгострокові конкурентні переваги на основі стратегічного динамічного бачення.

Список використаної літератури:

1. Балабанова Л.В., Кривенко Г.В. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга/Балабанова Л.В., Кривенко Г.В.//Монография - Донецк: ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2004.- 147 с.
2. Лисевич В.В. Стратегічний моніторинг конкурентного середовища підприємств в системі стратегічного маркетингового управління конкурентоспроможністю/Лисевич В.В.// Науковий журнал "Вісник ДонДУЕТ". Серія "Економічні науки".- Донецьк: ДонДУЕТ.- №4 (20).- 2003.- С.100.

**Movchan Kateryna Mykolaivna,
the director of the scientific library,
Mukachevo State University**

ADVERTISING IN LIBRARY MARKETING

One of the most popular definitions of the essence of marketing, offered by the famous scientist F. Kotler, covers the analysis, planning, implementation and control of measures designed to establish and maintain relationships with target customers in order to achieve certain tasks of the organization [1].

In the context of the library and information activities of university libraries, marketing is the search, diagnosis and satisfaction of the needs of users: teachers and students, which involves the following actions:

- meeting the needs of users;
- establishment of effective communication interaction between the library and (producer of information) and consumer (consumer of information);
- to create a favorable image and high reputation of the library among students, teachers, third parties.

At the University Library, advertising is focused on the active use of library funds, the online services provided by the institution. Advertising by means of visual promotion is carried out: book exhibitions, thematic shelves; oral promotion: literary evenings, library lessons, information hours, debates, conferences, bibliographic reviews; promotions via social networks: Facebook, Foursquare, Google, Instagram, LinkedIn.

In recent years, libraries have undergone tremendous transformations as users change their information needs. Time requires reorientation of the library's work to new methods of providing information services. In this regard, the use of new forms and methods of library management is of particular importance. The positive effect of the introduction of marketing strategies in the system of organizing the work of the library contributes to the raising of its prestige, which makes it possible to maximize the use of library potential [2].

Introducing new forms of work is a requirement nowadays, as the views of users on the library and the services it provides change. Introducing a new one does not mean



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>