

РОЗВИТОК КОНЦЕНЦІЇ MARKETING-MIX В СИСТЕМІ БЕЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ

*Мазурук О.В., здобувач вищої освіти,
mazuruk_o@donnu.edu.ua*

*Науковий керівник: Болгов В.Є., к.е.н., доцент
Донецький національний університет імені Василя Стуса*

Маркетингова концепція є головним внутрішнім елементом, за допомогою якого розробляється стратегія маркетингу товару чи послуг. Даний інструмент дозволяє збільшити точність позиціонування та розміщення товару на цільовому ринку. Крім того, він допомагає розповісти про унікальність товару, що особливо важливо в сьогоденних умовах великої конкуренції на ринку.

Комплекс маркетингу і в загальному маркетинг досліджували Л.В. Балабанова, В.В. Холод, І.В. Балабанова, Л.О. Юзик, Ю.П. Митрохія, Н.С. Косар, Є.В. Крикавський та інші.

Довести важливість дослідження стратегії розвитку підприємства за допомогою розширеного комплексу 4P, тобто 12P. Матриця 4P бере свій початок у 1960-х роках і, мабуть, є найбільш часто використовуваною матрицею маркетинг-міксу, оскільки вона проста та працює. Ця матриця комплексу маркетингу може визначити маркетингову стратегію, незалежно від того, чи планується запуснути новий продукт, чи оцінювати вже існуючий. Принцип матриці 4P полягає в тому, що маркетингові рішення зазвичай поділяються на чотири контрольовані категорії: продукт, місце, ціна та просування. Чітке позиціонування продукту в кожній категорії дозволить отримати найбільшу конверсію цільової аудиторії. [1]

Незалежно від розміру бізнесу, правильне використання 4P дозволить отримати перевагу над конкурентами, що у загальному збільшить ваші прибутки.

Традиційний комплекс маркетингу має і свої недоліки:

- Розробка 4P базується на потребах виробничих підрозділів, тому підходить лише для просування фізичних товарів.
- Існуючі елементи не можуть задовільнити усі потреби клієнтів. [2]

Через зростання сфери послуг та вище вказані проблеми, практики маркетингу розробили *розширені Ps для маркетингу послуг, крім традиційних 4Ps.*

Таблиця 1 – Концепції маркетингу 4P-12P для дослідження стратегії розвитку. [3]

Концепція	Елементи (англійською)	Елементи (українською)
4P	1. Product 2. Price 3. Place 4. Promotion	1. Продукт 2. Ціна 3. Місце 4. Просування
7P	5. Physical Evidence 6. People 7. Process	5. Психологія 6. Люди 7. Процес
12P	8. Public 9. Packaging 10. Positioning 11. Perception 12. Personal Selling	8. Соціальність 9. Упаковка 10. Позиціонування 11. Сприйняття 12. Персональні продажі

Як зазначено у таблиці 1, концепцій маркетингу-міксу є кілька. Хоча 4P є найпоширенішою, та вона не захоплює певні показники, що у висновку не дає повної інформації для майбутньої стратегії у порівнянні із концепцією 12P. Завдяки концепції 12P маркетингове планування буде забезпечене важливою інформацією, що дозволить продумати чіткий підхід до розвитку бізнесу, гарантуючи оптимальне використання ресурсів, уникаючи марних витрат на не враховані ситуації та на нецільову аудиторію. Дотримуючись концепції 12P, можна розробити чітку маркетингову стратегію, яка зробить бренд цінним і життєздатним на конкурентному ринку.

Отже, концепція 4P є неактуальною, оскільки для сьогоденної конкуренції на ринку потрібно враховувати усі потреби клієнтів. Оскільки ринок послуг розширився, потрібно використовувати концепцію 12P, яка дозволяє розробити стратегію не лише для фізичного продукту, а й для інших послуг. На її основі можна розробити чітку та ефективну маркетингову стратегію, а це дозволить мати перевагу на конкурентному ринку та зекономити кошти.

Література.

1. Whatls.com: 4 P's marketing mix - веб-сайт. URL: <https://www.techtarget.com/whatis/definition/Four-Ps> (дата звертання: 11.11.2022)
2. Clickz: The 12Ps of marketing technology (martech) - веб-сайт. URL: <https://www.clickz.com/the-12ps-of-marketing-technology-martech/263308/> (дата звертання: 12.11.2022)
3. Obizmax: 12 Ps Digital Marketing Mix For Industrial 4.0 - веб-сайт. URL: <https://obizmax.com.sg/resources/digital-marketing/12ps-digital-marketing-mix-for-digital-economy/> (дата звертання: 12.11.2022)