

завдяки дослідженню конкурентних позицій звернути увагу на діяльність цих конкурентів на ринку легкових автомобілів.

Для формування позитивного сприйняття цільовими сегментами підприємству необхідно розробити ефективну стратегію позиціонування. Серед існуючих підходів із визначення позиції найбільш доцільним буде акцентування уваги на вигодах, які може отримати споживач у разі співпраці з компанією [10].

На нашу думку, дилерам Hyundai варто використати багаторекторне позиціонування за співвідношенням декількох критеріїв, а саме: автодилер з індивідуальним підходом до кожного клієнта та високим рівнем обслуговування. Головною роллю у реалізації стратегії позиціонування автомобілів компанії відіграє комунікаційна політика. Її метою є посилення та закріплення конкурентних позицій на ринку, розробка програм лояльності для споживачів, інформування та переконання в перевагах перед іншими автодилерами, формування та підтримка іміджу компанії, що відповідає обраній стратегії позиціонування.

Висновки

В умовах падіння попиту та інтенсивної конкурентної боротьби на автомобільному ринку України є потреба в розробці комплексу маркетингових інструментів, який сприятиме досягненню стратегічних цілей підприємства. Підприємствам слід акцентувати увагу на вигодах, які може отримати клієнт.

Масштаби українського автомобільного ринку в процесі виробки та реалізації своїх маркетингових стратегій мають враховувати фактори, що впливають на конкурентні позиції, як у довгостроковому, так і в середньостроковому та короткостроковому періодах. При цьому мають застосовуватись нові підходи до використання маркетингових інструментів,

які зможуть задовольнити потреби клієнтів у нинішніх ринкових умовах. Значну увагу в умовах кризової ситуації на ринку слід звертати на розроблення операційних маркетингових заходів та своєчасно реагувати на нові ринкові потреби, що швидко змінюються.

Список використаних джерел

1. Чикусова М. Аналіз автомобільного ринку України / М. Чикусова // Маркетинг в Україні. – 2012. – №1. – С. 38–45.
2. Стельмах В. Автомобільні смаки 2010–2011: структура всього вітчизняного авторынку // Хрещатик. – 2011. – 12 січ. – С. 4.
3. Зима А.О., Біркентале В.В. Інноваційна діяльність як основа підвищення конкурентоспроможності підприємств та регіонів // Вісник Донецького національного університету, Серія В: Економіка і право. Випуск І – Донецьк, 2009. – 250 с.
4. Автомобілебудування України [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrexport.gov.ua/ukr/prom/ukr/29.html>
5. Огляд українського автомобільного ринку за 1 квартал 2014 року [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://auticonsulting.com.ua>
6. Державний комітет статистики України [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: www.gorstat.kiev.ua. – Назва з екрана.
7. Олейников А.А. Автомобільний ринок України: фаза посткризового відновлення [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.inventure.com.ua>
8. Діброва Т.Г. Маркетингова політика комунікацій: стратегії, вітчизняна практика: навч. посіб. / Т.Г. Діброва – К.: Професіонал, 2009. – 320 с.
9. Зозульов О.В. Ринкове позиціонування: з чого починається створення успішних брендів [Текст]: навч. посіб. / О.В. Зозульов, Н.Л. Писаренко. – К.: Знання-прес, 2004. – 199 с. – Бібліогр.: с. 192–199.
10. Зозулев А.В. Сегментування ринка [Текст]: учебн. пособие / А.В. Зозулев. – Х.: Студцентр, 2003. – 232 с.

ISSN 239.13.017

Л.І. ВАСЕЧКО,
к.в.н., доцент, Київський національний університет технологій та дизайну,
А.М. САВИЧ,

Київський національний університет технологій та дизайну

Страховий ринок України: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку

У статті репрезентовані основні показники діяльності вітчизняного страхового ринку за дев'ять місяців 2012–2013 років, станом на 30.09.2013 представлена концентрація страхового ринку за надходженнями валових страхових премій. В роботі означено актуальні проблеми страхового ринку України, серед яких недостатній рівень правового забезпечення медичного страхування, недостатнє регулювання страхового посередництва, значна інформаційна закритість діяльності страхових компаній. У кінцевому підсумку запропоновано ряд заходів для забезпечення поступального розвитку вітчизняного ринку страхових послуг.

Ключові слова: страхування, страховий ринок, страхові премії, страхові виплати, перестраховування.

Л.И. ВАСЕЧКО,
к.э.н., доцент, Киевский национальный университет технологий и дизайна,
А.М. САВИЧ,

Киевский национальный университет технологий и дизайна

Страховой рынок Украины: современное состояние, проблемы и перспективы развития

В статье представлены основные показатели деятельности отечественного страхового рынка за девять месяцев 2012–2013 годов, по состоянию на 30.09.2013 представлена концентрация страхового рынка по поступлениям страховых премий. В работе отмечены актуальные проблемы страхового рынка Украины, среди которых недостаточный