

УДК 330.342

**FORMATION OF THE COMPANY'S MARKET STRATEGY: KEY ASPECTS
AND PRACTICAL APPROACHES****ФОРМУВАННЯ РИНКОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА: КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ ТА
ПРАКТИЧНІ ПІДХОДИ****Amelina N.K. / Амеліна Н.К.***Ph.D. / к.е.н., доцент*

ORCID: 0000-0003-3807-5991

Redko N. A. / Редько Н.О.*senior lecturer / старший викладач*

ORCID: 0000-0002-3411-6218

*National Transport University, Kyiv, Omelyanovich-Pavlenko St., 1, 01010**Національний транспортний університет, Київ, Омеляновича-Павленка, 1, 01010*

Анотація. У роботі розглянуто ключові аспекти формування ринкової стратегії підприємства, які сприяють його довгостроковому розвитку та підвищенню конкурентоспроможності. Зазначено, що ефективна ринкова стратегія базується на системному та комплексному підході, враховує специфіку зовнішнього і внутрішнього середовища, а також оптимізує використання матеріальних, трудових, технічних і фінансових ресурсів. Описано значення вдосконалення технологічних процесів і методів ресурсокористування для зниження витрат та підвищення ефективності діяльності.

Розглянуто особливості застосування стратегій скорочення в умовах несприятливого ринкового середовища, які спрямовані на зменшення витрат і стабілізацію фінансового стану підприємства. Підкреслено роль стратегічного планування для виходу на міжнародні ринки, що відкриває нові можливості для зростання. Зроблено висновок, що здатність підприємства прогнозувати економічні процеси та адаптуватися до змін є основою для розробки інноваційних рішень і забезпечення стабільного розвитку в умовах сучасної економічної нестабільності.

Ключові слова: ринкова стратегія, стратегічне планування, ресурсокористування, конкурентоспроможність, фінансова стабільність, міжнародний ринок, адаптація до змін.

Abstract. The paper considers the key aspects of forming the market strategy of an enterprise, which contribute to its long-term development and increase of competitiveness. It is noted that an effective market strategy is based on a systematic and integrated approach, takes into account the specifics of the external and internal environment, and optimizes the use of material, labor, technical and financial resources. The importance of improving technological processes and methods of resource use to reduce costs and increase efficiency is described.

The features of applying reduction strategies in an unfavorable market environment aimed at reducing costs and stabilizing the financial condition of the enterprise are considered. The role of strategic planning for entering international markets, which opens up new opportunities for growth, is emphasized. It is concluded that the ability of an enterprise to predict economic processes and adapt to changes is the basis for developing innovative solutions and ensuring stable development in the context of modern economic instability.

Keywords: market strategy, strategic planning, resource use, competitiveness, financial stability, international market, adaptation to changes.

Вступ.

Сучасні підприємства стикаються з важливим викликом: чи здатні вони своєчасно та адекватно реагувати на зміни в зовнішньому середовищі, як поточному, так і прогнозованому. Для цього необхідно визначити управлінські інструменти, які допоможуть підтримувати та підвищувати

конкурентоспроможність компанії, що є ключовим аспектом стратегічного управління. Водночас, більшість підприємств наразі не мають структурних підрозділів, які б займалися аналізом ринкових умов, оцінкою сильних і слабких сторін конкурентів, вивченням ефективності рекламних кампаній та розробкою рекомендацій для стратегічного розвитку.

Основний текст.

Для забезпечення ефективної роботи системи стратегічного планування підприємствам необхідно враховувати такі вимоги:

- висока кваліфікація фахівців у сфері стратегічного планування;
- створення інформаційної системи для підтримки прийняття стратегічних рішень;
- наявність мотиваційної системи для стимулювання персоналу до участі в розробці та реалізації ринкової стратегії;
- стратегічне мислення керівників компанії;
- ефективна система моніторингу та контролю виконання стратегії;
- гармонійне поєднання стратегічного та оперативного планування для забезпечення безперервності процесу;
- оптимальний баланс формальних і творчих підходів у стратегічному плануванні із застосуванням сучасних методологій.

Стратегію розвитку підприємства формують за допомогою різноманітних методів, вибір яких має відповідати визначеним критеріям. Зокрема, методи розробки стратегії повинні враховувати зовнішні умови господарювання та специфіку різних етапів становлення й розвитку ринкових відносин. Максимально враховувати особливості діяльності підприємства та різні шляхи досягнення його основної мети – збільшення прибутку, відповідати типу стратегічного плану, який розробляється.

Аналітичною основою створення стратегії розвитку виступають стратегічний і маркетинговий аналізи. Вони забезпечують оцінку стану підприємства та його оточення для виявлення економічних проблем і можливостей. Цей етап доцільно розділити на два основні напрями:

- аналіз зовнішнього середовища;
- оцінка маркетингового потенціалу підприємства.

Такі дослідження є необхідними для підготовки до змін у зовнішньому середовищі та забезпечення своєчасної та відповідної реакції на них. [1].

Після завершення цього етапу розпочинається безпосередня розробка стратегії розвитку. Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища дозволяє оцінити поточну ситуацію та визначити цілі діяльності підприємства. В залежності від його позиції на ринку, наявних ресурсів і тривалості товарообігу, основні цілі розвитку пропонується конкретизувати. Вони можуть включати: завоювання споживача та стимулювання попиту, збільшення обсягів реалізації, розширення частки ринку та досягнення конкурентних переваг.

Досягнення цих цілей можливе різними шляхами. На наступному етапі формування ринкової стратегії здійснюється вибір одного з можливих стратегічних напрямків, коли приймаються рішення щодо інструментів і методів, за допомогою яких підприємство реалізуватиме свої цілі.

Методи вибору основної ринкової стратегії, що використовуються в міжнародній практиці, поділяються на дві групи:

- 1) методи однопродуктового аналізу, які застосовуються при монопрофільній діяльності або вузькій номенклатурі продукції та послуг;
- 2) методи портфельного аналізу, які підходять для диверсифікованого виробництва.

Сучасні ринкові стратегії підприємств можна згрупувати, проте кожна стратегія завжди має індивідуальний характер, оскільки формується і впроваджується під впливом численних чинників внутрішнього та зовнішнього середовища. Водночас при управлінні підприємством часто виділяють загальні стратегії, надаючи їм назви та характеризуючи на основі спільних рис, що їх об'єднують.

Універсальної стратегії, яка підходила б для всіх підприємств і всіх часів, не існує. Стратегія розвитку підприємства – це комплекс довгострокових дій, спрямованих на досягнення визначених стратегічних цілей. Сучасний світ характеризується нестабільністю, частими коливаннями та непередбачуваними подіями, які створюють різноманітні сценарії майбутнього. В умовах такої невизначеності можуть існувати кілька варіантів стратегій розвитку, які підприємство має обирати залежно від ситуації [2]. Формування й утримання конкурентних переваг охоплює увесь механізм діяльності підприємства, пов'язаний із створенням, виробництвом та реалізацією продукції. Великого значення набувають організаційні та соціальні фактори діяльності підприємства, а також зростаюча роль нематеріальних ресурсів, включаючи нематеріальні активи й компетенції (навички) у досягненні стратегічного успіху підприємства та забезпеченні конкурентних переваг.

Стратегія визначається як комплексна програма діяльності підприємства, що розробляється на основі творчого науково обґрунтованого підходу і визначається для досягнення довгострокових глобальних цілей підприємства [3].

Кожна ринкова стратегія визначає напрямок дій підприємства як щодо споживачів, так і щодо конкурентів. Вона орієнтована на довгострокову перспективу, є інструментом реалізації цілей підприємства, базується на результатах стратегічного аналізу та має чітке місце в ієрархії стратегій компанії. Ринкова стратегія визначає спрямованість діяльності підприємства на ринку та є важливою складовою загальної стратегії, що має логічну, послідовну та циклічну структуру. Її формування відбувається в п'ять етапів, які тісно взаємопов'язані, і кінцевим результатом є комплексна ринкова стратегія. Такий підхід забезпечує досягнення стратегічних цілей підприємства.

Розробка та впровадження стратегії розвитку має супроводжуватися економічним обґрунтуванням ефективності використання ресурсів підприємства, включаючи як наявні, так і залучені в рамках впровадження нових технологій чи видів діяльності. Отже, основою будь-якої стратегії є оцінка та оптимізація використання матеріальних, трудових, технічних і фінансових ресурсів. Це передбачає раціональне ресурсокористування на основі оцінки ефективності як наявних, так і додаткових ресурсів.

Процес формування стратегії розвитку тісно пов'язаний із плануванням

діяльності підприємства. Це означає, що впровадження нових послуг та розробка відповідних технологій повинні включати етапи, спрямовані на раціональне використання й збереження ресурсів. Розширення асортименту послуг вимагає не лише впровадження нових технологій, а й удосконалення вже існуючих. Головним стратегічним завданням є пошук найбільш ефективних рішень для оптимізації технологічних процесів, що використовуються для надання послуг, із метою максимального підвищення ефективності ресурсів.

Один із ключових факторів ефективного збереження ресурсів є наявність продуманої системи їх вибору для майбутніх технологічних процесів. Це стосується як сировини, матеріалів та обладнання, що вже використовуються в основній діяльності, так і тих, що застосовуються для надання інших послуг. Такий підхід дозволяє суттєво скоротити витрати на ресурсне забезпечення, зокрема на пошук, доставку та співпрацю з постачальниками, а також забезпечує вибір найефективніших методів перетворення вхідних елементів у кінцевий продукт із точки зору збереження ресурсів.

З огляду на це, ринкова стратегія стає базою для розробки та впровадження інноваційної політики на підприємстві. Її ефективність визначається системним і комплексним підходом, коли всі процеси є взаємопов'язаними та взаємозалежними. Ресурси підприємства розглядаються як система, де зміна однієї складової впливає на інші. Основним показником ефективності такої системи є результативність роботи компанії.

Головною метою ефективної стратегії є максимальне і раціональне використання наявних ресурсів. Організація ресурсного забезпечення тісно пов'язана з основними бізнес-процесами. Надання послуг потребує використання відповідних технологій, які, у свою чергу, залежать від якості, кількості та способів застосування ресурсів. Будь-які зміни у використанні ресурсів вимагають вдосконалення технологічних процесів для забезпечення стабільності діяльності.

Стратегії скорочення діяльності застосовуються за певних обставин, таких як: відсутність перспектив у галузі, низька рентабельність подальшого розширення, високі витрати на підтримку поточного сегмента ринку або можливість інвестування в більш прибутковий бізнес. У таких випадках підприємство може обрати одну зі стратегій скорочення, що дозволяє зменшити витрати та/або обсяги діяльності, сприяючи фінансовому оздоровленню.

Прагнення отримати вищий прибуток, ніж на внутрішньому ринку, мотивує компанії виходити на міжнародні ринки та розширювати свою присутність у Європі. Стратегічне планування дозволяє підвищити ефективність підприємницької діяльності за кордоном. Планування стратегії розвитку насамперед передбачає функцію прогнозування. Зважаючи на складність економічних процесів у світовому господарстві, стратегічне планування стає необхідною умовою успішної діяльності підприємства.

Висновки.

Отже, формування ефективної ринкової стратегії є ключовою умовою забезпечення довгострокового розвитку підприємства. Вона має враховувати специфіку внутрішнього та зовнішнього середовища, оптимізуючи

використання матеріальних, трудових, технічних і фінансових ресурсів. Системний і комплексний підхід до планування та реалізації стратегії забезпечує взаємозв'язок усіх бізнес-процесів, підвищуючи загальну результативність компанії.

Здатність адаптувати технологічні процеси та ресурси до змін ринку дозволяє підприємству досягати своїх цілей за мінімальних витрат. Стратегії скорочення, хоч і є вимушеним кроком, допомагають знизити витрати та сприяють фінансовому оздоровленню в складних ринкових умовах. Вихід на міжнародний ринок відкриває нові перспективи для зростання, але потребує глибокого стратегічного планування та врахування специфіки зовнішніх ринків.

Зрештою, здатність підприємства прогнозувати та враховувати складність економічних процесів визначає його конкурентоспроможність. Ефективна ринкова стратегія стає основою для прийняття інноваційних рішень і побудови стабільного розвитку в умовах нестабільного економічного середовища.

Література:

1. Дудяк Р. Маркетингові стратегії в діяльності підприємств / Р. Дудяк, Ю. Голембійовська, Р. Грабовський // Вісник Львівського національного аграрного університету. Серія : Економіка АПК. – 2014. – № 21(1). – С. 295- 300.

2. Дятловская И. «Мосты в будущее»/ &Стратегии 2005, №5 6. Економічна енциклопедія (у трьох томах). Том 2. Відп. редактор С. В. Мочерний. – К.:Видавничий центр «Академія», 2011. – 848 с

3. Дикий О.В. Формування конкурентних маркетингових стратегій на підприємстві в умовах глобалізації бізнесу. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук. – Київ. – Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2015. – 16 с.

Статья отправлена: 18.12.2024 г.

© Амеліна Н.К.

© Редько Н.О.