

МАТЕРІАЛИ ВОРКШОПУ АСПІРАНТІВ



Тема № 0122U201321 «Сучасні напрямки розвитку інформаційних технологій у прикладних дослідженнях».

Етап 2 - «Розробка концепції та методів удосконалення роботи організації з урахуванням сучасних напрямків розвитку ІТ та наявних ресурсів та ризиків»

*Сергій Святенко, аспірант
керівник: д.е.н., проф. Дмитро Жерліцин,*

*Кафедра міжнародних економічних відносин та маркетингу
Запорізький інститут економіки та інформаційних технологій
Запоріжжя, Україна*

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОГНОЗУВАННЯ НА ОСНОВІ ТРЬОХФАКТОРНОЇ МОДЕЛІ «ПІДПРИЄМСТВО - РИНКИ»

Анотація. У сучасних умовах глобалізації підприємства стикаються з викликами та можливостями, що впливають на їх розвиток і конкурентоспроможність. Ефективне управління потребує глибокого розуміння ринкових тенденцій та динаміки конкуренції. Взаємозв'язок між розвитком підприємства та ринку є ключовим аспектом для стратегічного планування. Дослідження пропонує трьохфакторну модель «підприємство - ринки» для вдосконалення маркетингового прогнозування, враховуючи довгострокові тенденції внутрішнього і зовнішнього ринків.

Ключові слова: МАРКЕТИНГОВЕ ПРОГНОЗУВАННЯ, МАТРИЦЯ «ПІДПРИЄМСТВО – РИНКИ», СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ, КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ, АНТИКРИЗОВИЙ МЕНЕДЖМЕНТ.

У сучасних умовах глобалізації та інтенсивного розвитку ринкової економіки підприємства стикаються з численними викликами та можливостями, що впливають на їх розвиток та конкурентоспроможність. Ефективне управління підприємством вимагає глибокого розуміння ринкових тенденцій, потреб споживачів та динаміки конкуренції. Взаємозв'язок між розвитком підприємства та ринку є ключовим аспектом, що визначає стратегію та тактику функціонування компанії. Дослідження цього взаємозв'язку дозволяє виявити основні фактори, що сприяють зростанню підприємства, а також загрози, які можуть обмежувати його розвиток. Це дослідження присвячене аналізу взаємозв'язку між розвитком підприємства та ринку.

Аналіз внутрішнього економічного стану та рівня розвитку підприємства у порівнянні зі станом розвитку зовнішнього середовища дозволяє визначити рівень стійкості підприємства до змін ринкових умов. Такий підхід дає можливість виявити слабкі місця в діяльності підприємства та окреслити напрями для їх подолання, що є ключовим для стратегічного планування та прогнозування економічного розвитку підприємства.

В практичному інструментарії менеджменту та маркетингу активно використовуються методи аналізу взаємодії внутрішнього і зовнішнього середовища організації, зокрема методика McKinsey [1], матриця Ансоффа [2], матриця BCG [1], SWOT-аналіз тощо.

Проте, зазначені підходи використовуються переважно у стратегічному аналізі та плануванні діяльності компанії і зосереджені на товарі, а не підприємстві в цілому, тому вони не забезпечують точної оцінки стану діяльності підприємства в конкретних умовах господарювання.

Для цілей маркетингового прогнозування та стратегічного планування діяльності і розвитку власне підприємства, запропоновано модель «підприємство - ринок» [3], оскільки саме на ринку відбувається активна взаємодія між продавцями та покупцями, внаслідок чого формуються попит, пропозиція та ринкові ціни (табл. 1).

Таблиця 1 - Матриця «підприємство - ринок» (складено на основі [3])

Тип економічного розвитку	Підприємство	Ринок
Зростання	A	A
Стабільність	B	B
Спад	C	C
Криза	D	D

В даній моделі кожне зі співвідношень типів економічного розвитку підприємства та ринку відображає певний стан підприємства. Залежно від ситуації, ці стани вимагають відповідних управлінських рішень та маркетингових заходів для забезпечення ефективного розвитку підприємства та мінімізації негативних наслідків.

Але слід зазначити, що авторами [3] типи економічного розвитку підприємства та ринку визначаються за допомогою конкретних показників. В той же час не враховуються можливі коливання і більш довгострокові тенденції. Також в моделі не враховуються можливі різниці в умовах на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Тому пропонується удосконалена матриця «підприємство - ринки» (табл. 2), яка:

- враховуватиме тенденції розвитку підприємства і ринків за певний період, а не на конкретну дату;
- міститиме дані про тенденції окремо для внутрішнього ринку, а окремо для зовнішнього ринку.

Таблиця 2 - Трьохфакторна матриця «підприємство - ринки»

Тенденція економічного розвитку	Підприємство	Ринки	
		внутрішній	зовнішній
Зростання	A	A	A
Стабільність	B	B	B
Спад	C	C	C
Криза	D	D	D

Відповідно, кожне підприємство, може аналізувати дані тих ринків, які є для них актуальними або пріоритетними, та відповідно вибудовувати свої стратегії в маркетинговому полі та антикризовому менеджменті.

В залежності від комбінацій тенденцій підприємства і відповідних ринків, вибудовуються стратегії розвитку підприємства, з урахуванням аспектів антикризового менеджменту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- [1] Н. Полякова, "ІТ-маркетинг: сучасні тренди та інструменти," Цифрова економіка, no. 1, pp. 34–41, 2020.

[2] H. Igor Ansoff and E. J. McDonnell, The New Corporate Strategy. Wiley, 1988, 258 p.

[3] А. М. Турило, S. V. Святенко, and А. А. Турило, "Діагностика економічного розвитку підприємства на основі показників еластичності та адаптованості," Вісник Національного університету «Львівська політехніка», no. 722, pp. 394–398, 2012.

FEATURES OF MARKETING FORECASTING BASED ON THE THREE-FACTOR MODEL "ENTERPRISE - MARKETS"

*Sergiy Svyatenko, PhD student
Supervisor: Dr.Sc., Prof. Dmytro Zherlytsyn,*

*Department of International Economic Relations and Marketing
Zaporizhzhia Institute of Economics and Information Technologies
Zaporizhzhia, Ukraine*

Abstract. In the current conditions of globalization, enterprises face challenges and opportunities that impact their development and competitiveness. Effective management requires a deep understanding of market trends and competition dynamics. The relationship between enterprise development and the market is a key aspect of strategic planning. The study proposes a three-factor model "enterprise - markets" to enhance marketing forecasting, considering long-term trends in internal and external markets.

Keywords: *MARKETING FORECASTING, "ENTERPRISE - MARKETS" MATRIX, STRATEGIC PLANNING, COMPETITIVENESS, CRISIS MANAGEMENT*