

ФАЗИ РОЗРОБЛЕННЯ РИНКОВОЇ СТРАТЕГІЇ

Корнатовський Роберт, *управляючий директор ТОВ Merrit Group в м. Варшава, здобувач кафедри економічної теорії, Сумський державний університет;*

Прокопенко Ольга Володимирівна, д. е. н.,
професор, професор кафедри менеджменту Академії техніко-гуманітарної в м. Бельсько-Бяла, завідувач кафедри економічної теорії Сумський державний університет

Кожен сучасний суб'єкт господарювання змушений планувати свою діяльність як у короткостроковій, так і у довгостроковій перспективі. При цьому, дотримання певних обмежень щодо тривалості кожної з дій (кожного з бізнес-процесів) – є однією зі складових успішності. І якщо точно визначення часу виходу підприємства на ринок, дотримання хронології термінів реалізації всіх рішень щодо ринкової стратегії є предметами аналізів науковців і практиків, то самому процесу розроблення стратегії приділено не достатньо уваги. Це доводить актуальність даного дослідження.

Вважаємо, що кожен етап розроблення ринкової стратегії складається з 5 фаз:

- 1 фаза (попередня) – попередній аналіз та визначення припущень;
- 2 фаза (істотна) – глибинний аналіз за визначеними напрямками;
- 3 фаза (прийняття рішень) – вибір ключових рішень;
- 4 фаза (верифікація рішень) – перевірка релевантності обраних рішень;
- 5 фаза (фінальна) – затвердження стратегічного плану дій.

В процесі розроблення ринкової стратегії надзвичайно важливими є зміст кожної фази, який узагальнено визначає їх тривалість, що встановлюється індивідуально кожного разу (залежить від розмірів команди-розробників стратегії, специфіки галузі, складностей ринку тощо). Так, аналітична фаза II триває найдовше і включає різні види аналізів (кабінетних і польових), які визначаються розробниками стратегії (як правило, це SWOT-аналіз, TOWS-аналіз, SNW-аналіз, аналіз КФУ – ключових факторів успіху та інші).

Хронологічну схему послідовності розроблення ринкової стратегії подано на рис. 1.

Аналіз TOWS є варіантом SWOT-аналізу. Аналогічно SWOT-аналізу він включає визначення сильних сторін, слабких місць, можливостей та загроз, однак, на відміну від SWOT-аналізу (який не відображає зв'язок між різними факторами та категоріями), спрямований на відповідність внутрішніх чинників зовнішнім факторам, щоб допомогти визначити відповідні стратегічні варіанти, які може досягти організація. Це може допомогти

з'ясувати, як можна скористатися можливостями, зменшити загрози, подолати слабкі сторони та використовувати будь-які сильні сторони. TOWS – інструмент стратегічного планування, який використовується для генерації, порівняння та вибору стратегій [1].

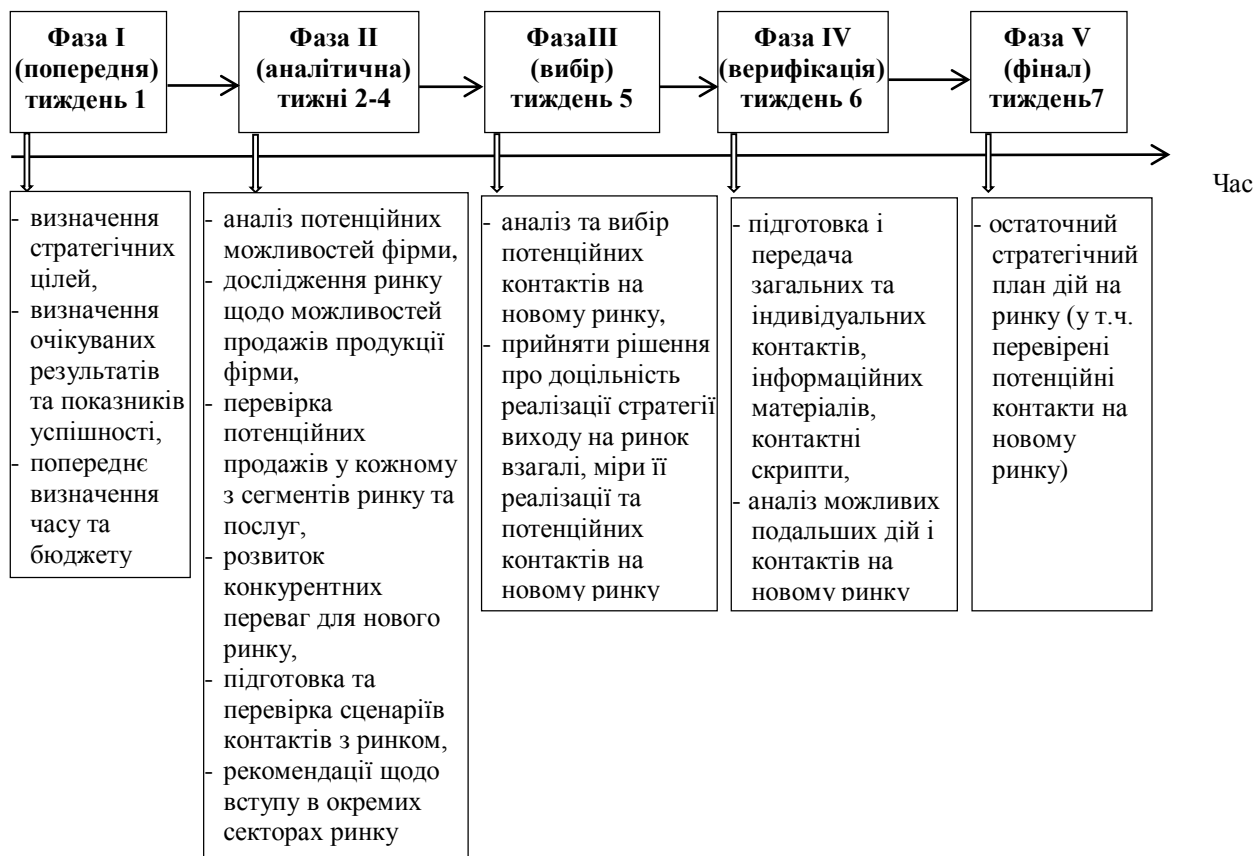


Рис. 1 Хронологічна схема послідовності розроблення ринкової стратегії (авторська розробка)

Отже, запропонована хронологічна схема послідовності розроблення ринкової стратегії дозволяє деталізувати цей бізнес-процес по фазам. Результати даного дослідження можуть бути використані при розробленні конкретних ринкових стратегій промисловими підприємствами.

Список використаної літератури:

1. TOWS Analysis: A Step by Step Guide // Oxford College of Marketing. - <https://blog.oxfordcollegeofmarketing.com/2016/06/07/tows-analysis-guide/>

Корнатовські, Р. Фази розроблення ринкової стратегії [Текст] / Р. Корнатовські, О.В. Прокопенко // Стратегічні перспективи розвитку економічних суб'єктів в нестабільному економічному середовищі: збірник тез II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції з міжнародною участю (Кременчук, 28-30 листопада 2017 р.). – Кременчук: КрНУ, 2017. – С. 141–144.