

*А.В. Патлай, аспірант,  
(Національний авіаційний університет, Україна)*

### **Стратегічне планування на підприємстві в умовах невизначеності ринку**

*Стаття присвячена розв'язанню питання стратегічного планування на підприємстві в умовах невизначеності ринку. Оскільки невизначеність ринку може бути викликана різними факторами, такими як конкуренція, зміни у споживацьких уподобаннях, економічні та політичні чинники, то стратегічне планування повинно бути гнучким і адаптивним до змін на ринку.*

Стратегічне планування в сучасних умовах є досить важливим інструментом для керівників підприємств, організацій та установ. Особливо у контексті постійних змін в економіці та ринкових умовах. Основною метою стратегічного планування є розробка довгострокової стратегії організації, що дозволяє досягнути поставлені цілі та завдання. При цьому стратегія повинна відображати всі важливі аспекти діяльності організації, враховувати зміни на ринку, конкурентну ситуацію, технологічний прогрес та інші фактори, які можуть впливати на діяльність підприємства. Одним з головних викликів сучасного стратегічного планування є швидкі зміни в ринкових умовах. Підприємства повинні бути готові до змін та адаптуватися до нових реалій. Для цього можуть використовуватися такі інструменти, як гнучкі методи планування, підвищення швидкості впровадження нових проектів та технологій, розвиток інновацій тощо. Інший виклик полягає в тому, що стратегічне планування потребує залучення різних експертів та врахування різноманітних факторів. Наприклад, при розробці стратегії компанії потрібно враховувати фінансові, маркетингові, технологічні, кадрові та інші аспекти. Це може вимагати значних зусиль та коштів.

Однією з найважливіших вимог до стратегічного планування в сучасних умовах є його гнучкість та адаптивність. Сьогоднішній швидкозмінний світ вимагає від організацій швидко реагувати на нові можливості та виклики, тому стратегічний план повинен бути динамічним і змінюватися відповідно до потреб організації та її зовнішнього середовища.

Стратегічне планування, як процес визначення головних цілей організації, ресурсів, необхідних для їх досягнення, та політики, направленої на придбання та використання цих ресурсів, має на меті довгострокове забезпечення результативності підприємства і освоєння його нових можливостей. Для цього необхідне найбільш повне урахування змін в навколишньому середовищі, які являють собою потенційні загрози і майбутні можливості для підприємства, передбачення непередбачуваних сил, критичних тенденцій з боку оточення та обмеження їх можливого впливу на промислове підприємство [1].

Сучасні умови характеризуються швидким темпом змін в економіці, технологіях, конкуренції та споживачах. Це ставить вимоги до ефективного стратегічного планування, яке має бути гнучким і адаптованим до змін. Основні принципи стратегічного планування в сучасних умовах включають: орієнтація на клієнта, організації мають бути спрямовані на задоволення потреб споживачів та на розвиток взаємовідносин з ними; аналіз конкуренції, організації повинні ретельно аналізувати своїх конкурентів і визначити свої переваги; реагування на зміни, організації повинні мати гнучкі стратегії, які можуть швидко адаптуватися до змін в економічному оточенні; розуміння технологій, організації повинні бути орієнтовані на використання новітніх технологій для підвищення ефективності та конкурентоспроможності; використання ключових показників продуктивності; організації повинні використовувати ключові показники продуктивності для вимірювання своєї ефективності та визначення пріоритетів; розвиток людських ресурсів, організації повинні забезпечувати розвиток своїх працівників та залучати талановитих фахівців для досягнення стратегічних цілей [2].

Разом з тим, стратегічне планування є важливим інструментом для розвитку і вдосконалення бізнесу, оскільки дозволяє компанії прогнозувати, як вона буде розвиватися в майбутньому, і які кроки потрібно вжити для досягнення бажаних результатів. Основні переваги стратегічного планування включають: визначення мети, аналіз потенційних можливостей, оптимізація ресурсів, збільшення конкурентоспроможності, оцінка ризиків. У цілому, стратегічне планування дозволяє компанії зосередитися на своїх цілях, використовувати свої ресурси більш ефективно і бути більш конкурентоспроможною на ринку.

Умови невизначеності ринку можуть виявитися складними для багатьох підприємств, оскільки вони не можуть передбачити зміни в попиті, конкуренції та ризиках, що виникають на ринку. Проте, підприємства можуть використовувати різні стратегії, щоб забезпечити стійкість та успішність в умовах невизначеності [3]. Одна з таких стратегій полягає в розвитку гнучкості та адаптивності. Підприємства можуть зосередитися на розробці продуктів та послуг, які можна швидко змінювати та адаптувати до змін в ринкових умовах. Вони також можуть інвестувати в технології, які дозволяють швидко відреагувати на зміни у попиті та конкуренції. Інша стратегія полягає в підвищенні ефективності та зниженні витрат. Підприємства можуть досліджувати нові технології та процеси, які дозволяють знизити витрати на виробництво та операції. Вони також можуть зосередитися на збільшенні ефективності та оптимізації своїх процесів.

Підприємства умов невизначеності ринку можуть зіткнутися з різними проблемами, включаючи нестабільність попиту, незрозумілість конкурентного середовища та змінність регуляторних умов [4]. Ці умови можуть призвести до зниження продуктивності та прибутковості, а також збільшення ризику банкруства. Однак, підприємства можуть впроваджувати різні стратегії, щоб зменшити негативний вплив невизначеності ринку на їхню діяльність. Серед таких стратегій слід виділити:

1. Стратегія диверсифікації: підприємства можуть диверсифікувати свою продукцію або послуги, щоб зменшити залежність від одного ринку або клієнта.
2. Стратегія конкурентного середовища: докладне вивчення конкурентного середовища та побудова стратегії, яка дозволять їм ефективно конкурувати на ринку.
3. Стратегія розвитку нових продуктів: підприємства можуть створювати нові продукти або послуги, які відповідають змінним потребам клієнтів та ринку.
4. Стратегія ефективного управління фінансами: вивчення та оптимізація фінансів та прийняття рішення щодо інвестування, залучення кредитів та зміни заробітної плати.
5. Стратегія адаптації до змін регуляторного середовища: підприємства повинні докладно вивчити регуляторні вимоги та адаптуватися до змін, щоб забезпечити відповідність з нормами та уникнути штрафів.
6. Стратегія розвитку партнерства: укладання партнерських угод з іншими підприємствами, організаціями, установами. Розгляд можливості злиття чи поглинання.

Отже, стратегічне планування на підприємстві є важливим процесом, який допомагає орієнтуватися в невизначеності ринку та розробляти дієві стратегії для досягнення поставлених цілей. Невизначеність ринку може бути пов'язана зі змінами в економічних, технологічних, соціальних та інших факторах, які можуть впливати на поведінку споживачів, конкурентів та інших учасників ринку. Стратегічне планування на підприємстві в умовах невизначеності ринку є особливо важливим, оскільки дозволяє зберегти конкурентоспроможність та успішно протистояти змінам в бізнес-середовищі.

### **Список літератури**

1. О.В. Сталінська. Стратегічне планування діяльності промислового підприємства // Вісник економічної науки України. — 2015. — № 1 (28). — С. 127–133.
2. Прохорова, В., Чобіток, В., Курбель, Ю. Reengineering mechanisms in the business process management system of enterprises. Adaptive Management: Theory and Practice. Series Economics. 2020. 9(18).
3. Kuzior, A., Arefiev, S., Poberezhna, Z. Informatization of innovative technologies forensuring macroeconomic trends in the conditions of a circular economy. Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity. 2023. 9 (1), 10-20.
4. Ареф'єва О.В., Побережна З.М. Стратегічне управління інноваційністю бізнес-процесів підприємства на конкурентних ринках // Бізнес-Інформ. – 2019. - №11. – С.108-116.