ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ
НАЦІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ СТАТИСТИКИ,ОБЛІКУ ТА АУДИТУ
Циклова комісія з економки, маркетингової діяльності та підприємництва

КУРСОВА РОБОТА

З навчальної дисципліни «Комерційна діяльність»
на тему: Аналіз ринкових трендів та їх вплив на комерційну діяльність підприємств

Студентки 2 курсу, групи _____
спеціальності: 076
«Підприємство та торгівля»
Гончар Світлани Миколаївни
Керівник: викл. Самойлюк А.С.
Національна шкала:_____
Оцінка за ECTS:
Члени комісії:

_____ _____
(підпис) (прізвище,ініціали)

_____ _____
(підпис) (прізвище,ініціали)

_____ _____
(підпис) (прізвище,ініціали)

Біла Церква 2024

Голові циклової комісії
з економіки та маркетингової
діяльності
Найко М.Є.
студента спеціальності 076
«Підприємництво, торгівля
та біржова діяльність»,
освітньої програми
Комерційна діяльність,
третього курсу, група ____
Гончар Світлани Миколаївни

ЗАЯВА

Прошу затвердити мені тему роботи «Аналіз ринкових трендів та їх вплив на комерційну діяльність підприємств»

«__» _____20__р. _____

(підпис студента)

ЗМІСТ

Тема курсової роботи: «Аналіз ринкових трендів та їх вплив на комерційну діяльність підприємств»

ПЛАН
ВСТУП
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РИНКОВИХ ТРЕНДІВ В КОМЕРЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА
1.1 Поняття та суть ринкових трендів в комерційній діяльності
1.2 Основні принципи ринкових трендів в комерційній діяльності
1.3 Роль ринкових трендів в комерційній діяльності
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РИНКОВИХ ТРЕНДІВ В КОМЕРЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ
2.1 Загальна характеристика Гарвардської бізнес -школи та її тренди в комерційній діяльності
2.2 Аналіз ринкових трендів та їх вплив на комерційну діяльність
2.3 Оцінка ринкових трендів та їх фінансові показники в комерційній діяльності
РОЗДІЛ 3.РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ РИНКОВИХ ТРЕНДІВ В КОМЕРЦІЙНІЇ ДІЯЛЬНОСТІ
3.1 Виявлення проблем та можливості їх вдосконалення
3.2 Рекомендації щодо вдосконалення нових стратегій
3.3 Пропозиції для покращення ринкових трендів
ВИСНОВКИ
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ
ДОДАТКИ

ВСТУП

Сучасний бізнес-світ зазнає кардинальних змін під впливом таких глобальних трендів, як цифровізація, сталий розвиток, інноваційність та персоналізація продуктів і послуг.

Підприємства стикаються з новими викликами та можливостями, які вимагають швидкої адаптації та оновлення стратегій. У цих умовах ефективне управління можливе лише за умови глибокого розуміння ринкових трендів та вміння передбачати їхній вплив на комерційну діяльність.

Одним із найуспішніших прикладів адаптації бізнес-освіти до сучасних вимог є Гарвардська школа бізнесу (Harvard Business School, HBS). Використовуючи кейс-метод і практичний підхід до навчання, HBS готує фахівців, здатних аналізувати та використовувати ринкові тренди для підвищення ефективності бізнесу.

Навчальні програми школи враховують глобальні виклики і сприяють формуванню лідерів, здатних приймати зважені рішення та впроваджувати інноваційні підходи в управління.

Актуальність обраної теми полягає у вивченні досвіду провідної бізнес-школи світу, як моделі підготовки ефективних управлінців.

Дослідження дозволяє проаналізувати, як знання про ринкові тренди інтегруються в навчальні програми та як це допомагає випускникам адаптуватися до мінливих умов ринку.

Метою роботи є вивчення підходів Гарвардської школи бізнесу до аналізу ринкових трендів та їхньої інтеграції в бізнес-освіту. Це допоможе зрозуміти, як знання та навички, набуті під час навчання, впливають на успішність комерційної діяльності підприємств у сучасних умовах.

РОЗДІЛ 1. . ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РИНКОВИХ ТРЕНДІВ В КОМЕРЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Поняття та суть ринкових трендів в комерційній діяльності

Ринкові тренди – це загальні напрямки змін та розвитку ринку, які можуть мати значний вплив на комерційну діяльність підприємств. Вони відображають уподобання споживачів, розвиток нових технологій, зміни в регулюванні та інші макроекономічні фактори, які формують ринкову динаміку та відкривають нові можливості чи загрози для бізнесу.

У комерційній діяльності підприємств розуміння та аналіз ринкових трендів є критично важливими аспектами, адже вони визначають попит на продукцію, можливості розвитку та конкурентоспроможність на ринку.[3,с.78]

Гарвардська школа бізнесу (Harvard Business School, HBS) активно досліджує ринкові тренди та навчає студентів їх глибокого розуміння і аналізу, застосовуючи інноваційні методики навчання. Одним з найбільш ефективних інструментів у HBS є кейс-метод, що дозволяє майбутнім управлінцям розглядати реальні приклади бізнесу і вчитися ідентифікувати основні ринкові тренди, їхні рушійні сили та потенційний вплив на підприємства.[1,с.15]

У навчальних програмах Гарвардської школи бізнесу багато уваги приділяється аналізу трендів, таких як цифрова трансформація, зміни в споживчих пріоритетах, вплив соціальних і екологічних факторів, глобалізація та інші процеси, що впливають на глобальну економіку.[6,с.102-103]

Розуміння ринкових трендів у HBS підкреслюється тим, що тренди розглядаються не лише, як даність, але як постійний процес змін, що вимагає адаптивності і гнучкості від підприємств.

Наприклад. Цифровізація не просто пропонує нові технології для бізнесу, але й кардинально змінює спосіб взаємодії з клієнтами, моделі продажів та організацію робочих процесів.[5,с.66]

Гарвардська школа бізнесу навчає своїх студентів розглядати цифрові зміни як багатогранний тренд, що стосується всіх сфер діяльності, від маркетингу до управління ланцюгами поставок. [7,с.89]

Такий підхід допомагає студентам краще розуміти, як інновації змінюють ринок і які кроки потрібно зробити, щоб залишатися конкурентоспроможними.[6,с.105]

Ринкові тренди включають такі напрямки, як сталий розвиток та корпоративна соціальна відповідальність, що набувають все більшого значення в сучасному бізнесі.

HBS навчає майбутніх управлінців враховувати ці аспекти в стратегіях підприємств, оскільки дедалі більше споживачів і партнерів обирають компанії, які підтримують принципи сталого розвитку.[9,с.98].

Знання про вплив екологічних та соціальних факторів на ринок, а також вміння передбачити майбутні тенденції дають змогу підприємствам будувати ефективнішу комерційну діяльність і вибудовувати довгострокові стосунки з клієнтами та партнерами.[9,с.101-103]

Поняття та суть ринкових трендів у комерційній діяльності полягають у виявленні ключових змін, що відбуваються у зовнішньому середовищі, та їхньому прогнозуванні для розробки ефективних стратегій адаптації підприємства.

Досвід Гарвардської школи бізнесу демонструє, як глибоке розуміння цих змін і їхнього впливу ,дозволяє підприємствам залишатися стійкими та конкурентоспроможними в умовах швидких ринкових трансформацій.[7,с.95]

1.2 Основні принципи ринкових трендів в комерційній діяльності

Ринкові тренди в комерційній діяльності формуються під впливом численних факторів і являють собою стратегічні орієнтири, які допомагають підприємствам вчасно реагувати на зміни ринку.

Основні принципи ринкових трендів визначають, як підприємства мають аналізувати ці зміни, адаптуватися до них і ефективно використовувати наявні можливості.[1,с.30]

Гарвардська школа бізнесу (Harvard Business School, HBS) у своїй навчальній програмі виділяє низку ключових принципів, які дозволяють майбутнім управлінцям глибше розуміти і застосовувати ринкові тренди в комерційній діяльності.[2,с.12]

Розглянемо ці принципи докладніше.

Принцип 1: Гнучкість та адаптивність

HBS підкреслює, що підприємства мають бути гнучкими та здатними адаптуватися до швидких змін. Ринкові тренди, такі як цифровізація, зміни у споживчих уподобаннях і глобалізація, часто створюють нові виклики, які вимагають негайного реагування. Гарвардська школа бізнесу навчає своїх студентів принципу адаптивності, розглядаючи тренди ,як динамічні процеси, що вимагають гнучкого підходу.[3,с.45] Наприклад. Компанії повинні бути готовими до швидкої інтеграції нових технологій, коли тренд цифровізації змінює бізнес-середовище.

Цей принцип дає змогу підприємствам зберігати свою конкурентоспроможність і реагувати на зміни не лише, як на виклик, а й як на можливість для розвитку.[2,с.89]

Принцип 2: Інноваційність як основа розвитку

HBS робить акцент на тому, що інноваційність є одним із головних принципів, які допомагають підприємствам успішно використовувати ринкові тренди.

Гарвардська школа бізнесу заохочує до створення інноваційних продуктів і послуг, які відповідають новим потребам ринку.

Інноваційний підхід включає не лише технологічні вдосконалення, а й нові методи ведення бізнесу та нестандартні рішення.[4,с.52]

Наприклад. Впровадження інновацій у ланцюги поставок і методи комунікації з клієнтами дозволяє підприємствам відповідати очікуванням сучасних споживачів.

Цей принцип допомагає бізнесам передбачати тренди та ставати їх першопрохідцями.[5,с.67]

Принцип 3: Розвиток орієнтація на сталий

Сталий розвиток і корпоративна соціальна відповідальність стають пріоритетними принципами для багатьох сучасних підприємств, і HBS також приділяє цьому значну увагу. У сучасному бізнесі все більше клієнтів і партнерів орієнтуються на компанії, які дотримуються принципів екологічної та соціальної відповідальності.[6,с.115]

Гарвардська школа бізнесу навчає студентів враховувати фактори сталого розвитку при формуванні бізнес-стратегій, оскільки це не лише сприяє позитивному іміджу, а й дає конкурентну перевагу.[7,с.43]

Орієнтація на сталий розвиток дозволяє підприємствам створювати довгострокові стосунки з клієнтами, що в перспективі стає стратегічною перевагою.[8,с.78]

Принцип 4: Клієнтоорієнтованість та персоналізація

Це ще один важливий принцип ринкових трендів, який виділяє HBS.

Клієнтоорієнтованість і персоналізація. Сучасні споживачі очікують індивідуального підходу та готові платити за продукти й послуги, що відповідають їхнім особистим потребам.[9,с.121]

Гарвардська школа бізнесу навчає майбутніх управлінців будувати бізнес-стратегії з акцентом на клієнта, вивчаючи його потреби і створюючи персоналізовані продукти. Цей принцип дозволяє підприємствам підвищувати лояльність клієнтів і створювати для них цінність, що є важливим фактором комерційного успіху.[10,с.68]

Принцип 5: Прогнозування та аналітика

У HBS особливо наголошують на важливості аналітики та прогнозуванні, як інструменті, що дозволяють підприємствам не тільки реагувати на існуючі тренди, а й передбачати нові.

У бізнесі майбутнього важливо не лише пристосовуватися до вже існуючих змін, але й вміти прогнозувати їхні наслідки для підприємства.[11,с.92]

Використання аналітичних інструментів і прогнозування дозволяє підприємствам бути на крок попереду конкурентів.

Цей принцип особливо важливий в умовах швидкої зміни ринкових умов і сприяє розробці довгострокових стратегій.[12,с.33]

Отже, основні принципи ринкових трендів, які викладаються у Гарвардській школі бізнесу, спрямовані на те, щоб підприємства могли не лише адаптуватися до змін, але й передбачати їх та ефективно використовувати для розвитку своєї комерційної діяльності.

Вивчення цих принципів дає змогу підприємствам бути більш конкурентоспроможними, стійкими до змін і успішно реалізовувати свої стратегічні цілі.

1.3 Роль ринкових трендів в комерційній діяльності

Ринкові тренди відіграють ключову роль у формуванні успішної комерційної діяльності підприємств. Вони визначають пріоритети розвитку, впливають на прийняття стратегічних рішень і відкривають нові можливості для конкурентоспроможності.

Гарвардська школа бізнесу (Harvard Business School, HBS), як один із провідних закладів у галузі бізнес-освіти, активно вивчає роль ринкових трендів і готує майбутніх управлінців до ефективного управління змінами, причиненсими глобальними економічними та соціальними зрушеннями.[3,с.87]

Визначення стратегічних напрямів є однією з ключових ролей ринкових трендів є їхній вплив на визначення стратегічних напрямів розвитку підприємства.

HBS підкреслює важливість постійного моніторингу ринкових змін, щоб вчасно ідентифікувати нові можливості та виклики.

Наприклад. Цифровізація та перехід до онлайн-торгівлі змусили багатьох підприємців переглянути традиційні бізнес-моделі та створити нові канали взаємодії зі споживачами.

Студенти HBS навчаються формувати стратегії, що дозволяють підприємствам не лише відповідати на зміни, а й прогнозувати їх, щоб завчасно готуватися до нових трендів.[5,с.101]

Адаптація до змін та підвищення конкурентоспроможності

HBS розглядає ринкові тренди як фактор, що підвищує адаптивність підприємств і сприяє зміцненню їхньої конкурентної позиції.

У сучасних умовах бізнесу вміння швидко адаптуватися до змін є важливою перевагою.

Наприклад.Тренди в галузі сталого розвитку стимулюють підприємства інвестувати в екологічні ініціативи та практики, що не лише знижує ризики, пов’язані з регуляторними змінами, а й підвищує лояльність споживачів.

Гарвардська школа бізнесу навчає майбутніх управлінців оцінювати ринкові тренди з погляду конкурентної переваги, допомагаючи підприємствам уникати відставання від галузевих інновацій.[2,с.74]

Ринкові тренди є важливим джерелом інформації для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

HBS прищеплює своїм студентам цінність аналітичного підходу, що базується на даних і дозволяє робити прогнози щодо подальших дій.

Вивчаючи ринкові тенденції, управлінці можуть приймати рішення щодо розширення бізнесу, впровадження нових продуктів, оптимізації витрат або перегляду цінових стратегій.

Завдяки глибокому розумінню трендів підприємства можуть не тільки реагувати на існуючі зміни, а й керувати ними, залишаючись на випередження.[4,с.45]

Гарвардська школа бізнесу вбачає у ринкових трендах важливий стимул для інноваційного розвитку. Розуміння тенденцій, таких як автоматизація процесів, впровадження штучного інтелекту чи персоналізація, сприяє активізації інноваційного мислення у майбутніх управлінців.

Наприклад. Тренд цифрових інновацій стимулює компанії впроваджувати автоматизовані рішення, знижувати витрати та підвищувати продуктивність.

HBS активно використовує кейс-метод, щоб навчити студентів застосовувати ринкові тренди як каталізатор для розвитку інновацій і формування нових бізнес-моделей, які будуть релевантними в майбутньому.[6,с.102]

Підвищення цінності для клієнтів-одна з важливих ролей ринкових трендів. Знання про сучасні тенденції дає змогу підприємствам краще розуміти потреби споживачів і пропонувати продукти, що відповідають актуальним очікуванням ринку.

HBS акцентує увагу на клієнтоорієнтованості як основі будь-якої стратегії. Персоналізація, швидкість обслуговування, відповідальність перед суспільством та інші ринкові тренди допомагають компаніям створювати більшу цінність для споживачів, що своєю чергою, підвищує їхню конкурентоспроможність і дозволяє будувати довгострокові відносини з клієнтами.[7,с.65]

Таким чином, можемо підвести підсумок ,що роль ринкових трендів у комерційній діяльності багатогранна. Впливаючи на стратегії, визначає напрямки інноваційного розвитку, стимулює адаптацію до змін і підвищує клієнтоорієнтованість та демонструє ефективне застосування ринкових трендів, що дозволяє компаніям не лише успішно конкурувати, але й ставати лідерами у своїй галузі, реалізуючи стійкі бізнес-моделі.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РИНКОВИХ ТРЕНДІВ В КОМЕРЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

2.1 Загальна характеристика Гарвардської бізнес-школи та її тренди в комерційній діяльності

Гарвардська бізнес-школа (ГБШ) була заснована у 1908 році як частина Гарвардського університету, одного з найстаріших і найпрестижніших вищих навчальних закладів США. Ініціатива створення школи виникла у відповідь на зростаючу потребу в систематизованій бізнес-освіті, яка мала допомогти майбутнім управлінцям адаптуватися до змінюваних умов економіки та викликів нової індустріальної епохи.[1, с.12]

Гарвардська бізнес-школа почала свою діяльність із програми MBA (Master of Business Administration)**,** яка стала однією з перших у світі. Перший набір складався з 59 студентів і лише 15 викладачів. Навчання базувалося на принципах практичності та інтеграції різних дисциплін, таких як фінанси, управління та економіка[2,с.35]

У 1924 році ГБШ запровадила кейс-метод викладання, який став її візитівкою. Цей підхід передбачає навчання на реальних бізнес-ситуаціях, що дозволяє студентам розвивати аналітичні навички та приймати управлінські рішення. Метод згодом став зразком для інших бізнес-шкіл світу. [3,с.47]

Після Другої світової війни ГБШ активно брала участь у формуванні глобальних економічних стандартів. Вона стала майданчиком для обміну знаннями між міжнародними бізнесменами, що сприяло поширенню ідей менеджменту на світовому рівні. [4,с.89]

З початком епохи глобалізації ГБШ стала орієнтуватися на міжнародних студентів та викладачів. Вона заснувала партнерства з іншими провідними навчальними закладами, що дозволило їй впливати на бізнес-освіту в Європі, Азії та Латинській Америці.[5,с.102]

Сьогодні ГБШ є одним із провідних центрів досліджень у галузі бізнесу. Вона активно впроваджує цифрові технології, онлайн-курси, а також

розвиває стартап-культури через бізнес-інкубатори.[6,с.75]

Завдяки своїм інноваціям, Гарвардська бізнес-школа задала стандарти для інших бізнес-шкіл. Її програма MBA стала зразком, який наслідують навчальні заклади по всьому світу.[7,с.111]

Є одним із перших закладів, які розробили концепції стратегічного менеджменту, маркетингу та фінансового аналізу, що лягли в основу сучасної бізнес-практики. Їх метод сприяють підготовці фахівців, які здатні швидко адаптуватися до реальних умов ринку, вирішувати проблеми та впроваджувати інновації.[8,с.130]

ГБШ є джерелом передових досліджень у галузі фінансів, підприємництва, технологій і соціального впливу бізнесу. Її публікації та звіти впливають на розвиток теорії та практики бізнесу.[9,с.143]

Серед випускників ГБШ є відомі бізнесмени, політики та новатори, такі як Майкл Блумберг, Джордж Буш-молодший, Шеріл Сандберг. Це підтверджує її роль у підготовці глобальних лідерів.[10,с.200]

Бізнес-школа залишається не тільки символом престижу, але й важливим рушієм інновацій у світовій бізнес-освіті, адаптуючись до нових викликів і трендів.[11,с.213]

2.2 Аналіз ринкових трендів та їх вплив на комерційну діяльність

Ринкові тренди формують сучасне бізнес-середовище, визначаючи напрямки розвитку підприємств, галузей і навіть національних економік.

Їхній вплив стає вирішальним для адаптації компаній до викликів сьогодення.

Розглянемо аналіз основних трендів, їх актуальність і вплив на комерційну діяльність у глобальному та локальному контекстах.

1 Актуальні ринкові тренди:

- Цифровізація та автоматизація бізнесу продовжують революціонізувати бізнес-процеси.[1,с.34]
- Штучний інтелект (ШІ), машинне навчання, Інтернет речей (IoT) та

хмарні сервіси забезпечують автоматизацію рутинних завдань, скорочення витрат і підвищення продуктивності.[2,с.56]

- Персоналізація та клієнтоцентричність. Аналітика великих даних (Big Data) дозволяє бізнесу створювати персоналізовані продукти та послуги. Споживачі очікують від брендів розуміння їхніх унікальних потреб.[3,с.89]

- Розвиток електронної комерції . Онлайн-продажі стали ключовим каналом збуту. Розвиток e-commerce і m-commerce (мобільної комерції) забезпечує доступ до глобальних ринків.[4,с.142]

- Інновації у фінансах. Фінансові технології, такі як блокчейн, криптовалюти та цифрові платежі, змінюють підходи до управління фінансами

- Гібридні моделі роботи поєднують офісну та віддалену роботу.

2 Визначні тренди для бізнес-шкіл:

- Діджиталізація освіти. Онлайн-платформи дозволяють бізнес-школам охоплювати ширшу аудиторію. Такі інструменти, як Zoom та Moodle, стали основою сучасного освітнього процесу. [5,с.45]

-Фокус на сталий розвиток. Школи інтегрують концепції екологічності у свої програми, щоб підготувати лідерів, здатних реагувати на глобальні виклики.[6,с.101]

-Інновації в навчанні. Курси з аналітики даних, штучного інтелекту та цифрових фінансів стають обов’язковими.[7,с.67]

3.**Глобалізація та культурна інклюзивність**

Враховує особливості різних ринків, допомагаючи, розуміти культурну специфіку бізнесу. Давайте розглянемо основні тренди у глобальному та локальному контексті

- Глобальний контекст-Tesla та розвиток електромобілів.

- Amazon Web Services (AWS) як провідний постачальник хмарних технологій.[2,с.45]

-Електронна комерція: Shopify спрощує створення онлайн-магазинів

[3,с.78]

Локальний контекст (Україна):

1.Інновації в агросекторі: DroneUA застосовує дрони для оптимізації сільського господарства.

2.Технологічний сектор: Grammarly розвиває штучний інтелект для корекції текстів.

3. Експорт через e-commerce: Українські бренди активно працюють через Etsy, Amazon. [6,с.34]

Тренди також диктують зміни у формуванні асортименту, впровадженні інновацій та адаптації продуктів до потреб споживачів.

Зміни в асортименті:

-Відмова від застарілих продуктів і розробка нових, орієнтованих на актуальні споживчі запити.

-Зростання попиту на екологічно чисті товари, продукти з мінімальною упаковкою або товари, орієнтовані на здоровий спосіб життя. [8,с.101]

Інновації у продуктах:

-Використання нових матеріалів, наприклад, біорозкладних або перероблених.

-Інтеграція технологій у продукти (наприклад, "розумні" пристрої).

-Масова персоналізація: продукти, адаптовані до індивідуальних потреб клієнтів. [10,с. 45]

Ринкові тренди змінюють підходи до ціноутворення, роблячи їх більш гнучкими та адаптивними

Динамічне ціноутворення:

-Залежно від сезонності, попиту або конкурентного середовища ціни можуть змінюватися в реальному часі. [2,с.34]

Преміальне ціноутворення:

-Продукти, що відповідають трендам (наприклад, органічна їжа, технологічні новинки), часто мають вищу вартість через унікальність та додану цінність. [3,с.29]

Знижки та спеціальні пропозиції:

-Використання акцій, підписок або програм лояльності для просування нових трендових продуктів. [4,с.88]

Орієнтація на бюджетні сегменти:

-Для залучення клієнтів, які шукають доступні рішення в рамках трендів (наприклад, економ-версії екологічних товарів). [5,с.47]

Зміни у поведінці споживачів впливають на способи продажу та дистрибуції продукції:

Зростання популярності e-commerce:

-Перехід продажів в онлайн: створення інтернет-магазинів, використання маркетплейсів.

-Інтеграція технологій AR/VR для віртуальної демонстрації товарів. [7,с.92]

Омніканальність:

-Злиття офлайн- та онлайн-каналів для забезпечення безшовного клієнтського досвіду.

-Використання технологій Click & Collect (замовлення онлайн, отримання офлайн). [9,с.84]

Локальні підходи:

-Фокус на доставку до дому та локальні пункти видачі.

-Підтримка місцевих продуктів через партнерства з локальними виробниками. [1,с.57]

Тренди формують нові способи комунікації з клієнтами та просування продукції.

Цифровий маркетинг:

-Активне використання соціальних мереж, таргетованої реклами та інфлюенсерів.

-Створення контенту, який відповідає трендам (наприклад, екологічні кампанії, вірусні відео).[3,с.50]

Інтерактивність:

-Залучення клієнтів через інтерактивний контент, такі як опитування, вікторини, живі трансляції. [4,с.78]

Персоналізовані комунікації:

-Використання даних про клієнтів для створення персоналізованих пропозицій.

-Побудова довгострокових відносин через програми лояльності та ексклюзивні пропозиції.[5,с.69]

Сталий маркетинг:

-Фокус на екологічній відповідальності, соціальних ініціативах та прозорості бізнесу.[7,с. 44]

Ринкові тренди кардинально змінюють підходи до управління продуктами, цінами, каналами збуту та маркетингом. Підприємства, які швидко адаптуються до цих змін, отримують конкурентні переваги, підвищують лояльність клієнтів і забезпечують стабільний розвиток навіть у динамічних умовах ринку.

Впливаючи на діяльність підприємств, створюючи як можливості для зростання, так і потенційні ризики. Їх детальний аналіз допомагає визначити, як максимально використати позитивні аспекти трендів і мінімізувати їх негативний вплив.

Розглянемо потенційні можливості впливу трендів:

1.Зростання ринкової частки:

-Перевага раннього впровадження: Підприємства, які швидко адаптуються до нових трендів, отримують можливість зайняти провідну позицію на ринку, створюючи унікальні пропозиції, що відповідають потребам споживачів.

-Лояльність клієнтів: Відповідність сучасним запитам споживачів, таким як екологічність чи технологічність, збільшує довіру до бренду та сприяє розширенню клієнтської бази.[8,с.14]

2.Вихід на нові ринки:

-Географічне розширення: Використання глобальних трендів,

наприклад, сталого розвитку або цифровізації, дозволяє успішно виходити на міжнародні ринки.

-Сегментація: Тренди можуть виявляти нові сегменти споживачів, що відкриває додаткові можливості для диверсифікації бізнесу.[10,с.67]

3.Інновації та диверсифікація продуктів:

-Розробка нових продуктів: Тренди стимулюють інновації, що дає змогу підприємствам створювати більш конкурентоспроможні та сучасні продукти.

-Диференціація: Завдяки трендам компанія може виділитися серед конкурентів, запропонувавши унікальні рішення для ринку.[2,с.102]

4.Підвищення інвестиційної привабливості:

-Інвестори охочіше вкладають кошти в бізнеси, які відповідають трендам, особливо у сферах, пов’язаних із технологіями або сталим розвитком. [4,с.89]

Розлянувши позитивний вплив трендів ,не можемо не звернути увагу на неменш важливі виклики та негативні наслідки впливу трендів

1.**Зростання конкуренції:**

-Перевантаження ринку: Якщо тренд швидко стає популярним, багато компаній починають його впроваджувати, що призводить до перенасичення ринку аналогічними продуктами.

-Цінова війна: Конкуренція може спричинити зниження цін, що зменшує прибутковість підприємств.[5,с.23]

2.Ризик втрати актуальності продукту:

-Швидкоплинність трендів: Деякі тренди мають короткостроковий характер, що створює ризик інвестицій у продукти чи послуги, які швидко втрачають популярність.

-Відставання від змін: Нездатність оперативно реагувати на нові тренди може призвести до втрати конкурентоспроможності.[7,с.76]

3.Високі витрати:

-Інвестиції у нові технології: Впровадження інновацій часто потребує

значних фінансових вкладень у розробку, дослідження, маркетинг та навчання персоналу.

-Перебудова процесів: Адаптація бізнес-моделі до трендів може вимагати значного часу і ресурсів.[9,с.92]

4.Ризики, пов'язані з репутацією:

-Неузгодженість із цінностями бренду: Спроби впровадження трендів, які не відповідають ідентичності бренду, можуть викликати негативну реакцію клієнтів.

-Суспільний тиск: У випадку невідповідності заявленим трендам (наприклад, "зелене" позиціонування без реальних дій), компанія може стикнутися з критикою та втратити репутацію.[2,с.59]

Проаналізувавши всі позитивні і негативні впливи трендів, не можемо не звернути увагу на стратегічні підходи до управління наслідками трендів:

1.Баланс можливостей та ризиків:

-Проведення SWOT-аналізу для оцінки сильних та слабких сторін підприємства у контексті трендів.

-Розробка плану дій, який враховує потенційні ризики та передбачає шляхи їх мінімізації.[4,с.88]

2.Довгострокова орієнтація:

-Фокус на трендах із потенціалом довгострокового впливу, наприклад, сталий розвиток або цифрова трансформація.

-Інвестування у дослідження та розробки для створення інноваційних рішень.[6,с.34]

3.Гнучкість у реагуванні:

-Використання agile-підходів для швидкої адаптації до змін ринку.

-Постійний моніторинг трендів за допомогою аналітичних інструментів.[8,с.57]

Підсумовуючи вище сказане дійшли висновку,що ринкові тренди відкривають підприємствам значні можливості для розвитку, проте

водночас створюють серйозні виклики. Ефективне управління цими аспектами передбачає глибокий аналіз, стратегічне планування та готовність до змін. Компанії, які вміло балансують між ризиками та можливостями, мають більше шансів зберегти конкурентоспроможність і досягти довгострокового успіху.

2.3Оцінка ринкових трендів та їх фінансові показники в комерційній діяльності

Ринкові тренди є важливим елементом стратегічного управління підприємством,що дозволяє не лише виявляти нові можливості для розвитку, а й оцінювати їх вплив на фінансові результати компанії. Давайте проведемо фінансовий аналіз ринкових трендів і визначемо найголовніші з них:

1.Ідентифікація ключових трендів:

-Вивчення змін у споживчих вподобаннях (наприклад, екологічність, технологічність, персоналізація).

-Оцінка глобальних трендів, таких як цифровізація, сталий розвиток, омніканальність у продажах.[1, с.45]

2.Оцінка актуальності:

-Визначення ступеня впливу трендів на ринок: локальний, національний чи глобальний.

-Тривалість тренду: короткострокові, середньострокові та довгострокові зміни. [4,с.18]

3.Інструменти для аналізу:

PESTLE-аналіз: Вивчення політичних, економічних, соціальних, технологічних, правових та екологічних факторів.

SWOT-аналіз: Визначення сильних і слабких сторін підприємства в контексті трендів. Аналіз споживчого попиту: Використання даних про поведінку клієнтів для визначення їхніх уподобань.[5,с.39]

Провівши аналіз і визначивши найголовніше, помітили ,такий вплив ринкових трендів на фінансові показники:

1.Дохід та прибуток:

-Зростання доходів завдяки впровадженню продуктів або послуг, що відповідають актуальним трендам.

-Збільшення маржинальності завдяки створенню унікальних рішень, які клієнти готові оплачувати за преміальною ціною. [6,с.64]

2.Структура витрат:

-Витрати на адаптацію бізнесу до трендів (інвестиції в нові технології, навчання персоналу, маркетинг).

-Оптимізація витрат через автоматизацію або використання інноваційних рішень.[7,с.33]

3.Ринкова частка:

-Впровадження трендових продуктів дозволяє збільшити частку на ринку та покращити позицію щодо конкурентів.

-Вихід на нові ринки або сегменти, де тренд має високий потенціал.[2,с.19]

4.Інвестиційна привабливість:

-Інвестори охоче підтримують компанії, які впроваджують новітні технології або екологічні практики.

-Підвищення ринкової оцінки компанії завдяки її адаптації до сучасних вимог. [8,с.27]

Провівши дослідження та виявивши найважливіші фінансові показники, відмітили такі методи фінансової оцінки ринкових трендів:

1.ROI (Return on Investment):

-Показує ефективність інвестицій у впровадження ринкових трендів. [1,с.58]

Формула: $\boldsymbol{ROI} = \frac{\text{Чистий прибуток}}{\text{Інвестиції}} * \mathbf{100}\%$

2.Аналіз точки беззбитковості:

-Дозволяє визначити обсяг продажів, необхідний для покриття витрат на

впровадження тренду.[6,с.41]

3.Коефіцієнт рентабельності продажів:

-Дослідження, наскільки прибутковим є впровадження трендових продуктів.

4.DCF (Discounted Cash Flow):

-Оцінка теперішньої вартості майбутніх грошових потоків від проектів, орієнтованих на тренди.[4,с.23]

5.Коефіцієнт окупності інвестицій:

-Аналіз періоду, за який вкладені кошти у нові тренди повернуться у вигляді прибутку.

Наведемо один із прикладів оцінки впливу тренду на фінансові показники:

Тренд**:** Перехід до використання екологічної упаковки.

Дохід: Зростання продажів через позитивний відгук екологічно свідомих клієнтів.

Витрати: Інвестиції в нові матеріали та модернізацію виробництва.

Прибутковість: Збільшення маржинальності завдяки преміальному позиціонуванню.

Інвестиційна привабливість: Компанія отримує доступ до "зелених" грантів або екологічних інвестицій.

З наведеного прикладу можемо зробити такі рекомендації для бізнесу:

1.Постійний моніторинг трендів та їхнього впливу на ринок.

2.Використання сучасних інструментів аналізу для оцінки ефективності впровадження трендів.

3.Забезпечення балансу між витратами на адаптацію до трендів та очікуваними фінансовими вигодами.

4.Фокус на трендах, які мають довгостроковий потенціал і створюють конкурентні переваги. [7,с.49]

Тож з вище сказаного можемо зробити висновок. Оцінка ринкових трендів і їх фінансових показників є основою для прийняття

стратегічних рішень. Завдяки комплексному підходу підприємства можуть не лише ефективно реагувати на зміни ринку, а й забезпечити стабільне зростання та підвищення конкурентоспроможності підприємства зрозуміти, наскільки впровадження нових підходів є економічно доцільним.

Також фінансовий аналіз передбачає вивчення змін у доходах, витратах, економічній вигоді та інвестиційних ризиках, пов'язаних із адаптацією до нових ринкових умов.[1,с.120]

Проведемо аналіз впливу трендів на доходи та витрати підприємства

1.Доходи:

Позитивний вплив:

-Збільшення продажів завдяки відповідності продуктів потребам клієнтів, орієнтованих на тренди (наприклад, екологічні товари, технологічні новинки).

-Зростання ринкової частки через диференціацію продукту.

Ризики:

-Повільне впровадження трендів може зменшити конкурентоспроможність і, відповідно, доходи.

2.Витрати:

Підвищення витрат:

-Інвестиції в нові технології, дослідження ринку, навчання персоналу, маркетинг трендових продуктів.

-Витрати на модернізацію обладнання та зміну процесів виробництва.

Оптимізація:

-Використання інноваційних підходів, таких як автоматизація, може компенсувати витрати та знизити їх у довгостроковій перспективі.

Врахувавши всі економічні вигоди від впровадження трендів ,виявили ключові показники для розрахунку:

Чистий приріст доходів: Визначається як різниця між доходами до впровадження тренду та після нього.

Маржинальний прибуток: Показує приріст прибутку від кожної одиниці продукції, адаптованої до тренду. [3,с.29]

Окупність інвестицій (ROI):

$$\boldsymbol{ROI} = \frac{\text{Приріст доходів} - \text{Витрати на впровадження}}{\text{Витрати на впровадження}} * 100\%$$

Наприклад:

Інвестиція у впровадження тренду: $50,000.

Додатковий дохід: $100,000.

Операційні витрати: $20,000.

Розрахунок: $\mathbf{ROI} = \frac{(\mathbf{100.000 - 20.000}) - \mathbf{50.000}}{\mathbf{50.000}} * \mathbf{100}$

Довгострокові вигоди:

-Зростання брендової вартості.

-Доступ до нових ринків чи сегментів клієнтів.

З наведених прикладів розозуміли, що вартістю адаптації до нових ринкових умов є інвестиції та ризики. [5,с.60]

До Інвестиції належать:

-Розробка нових продуктів: Витрати на дослідження, тестування та запуск виробництва.

-Модернізація: Закупівля нового обладнання, автоматизація процесів.

-Маркетинг: Створення кампаній для просування нових трендових продуктів.

-Навчання персоналу: Підготовка команди для роботи з новими технологіями чи підходами.

До Ризиків належать:

Фінансові:

-Перевищення початкового бюджету через непередбачені витрати.

-Низька окупність інвестицій через недостатній попит на новий продукт.

Репутаційні:

-Невдалі спроби адаптації можуть викликати недовіру клієнтів.

Операційні:

-Порушення існуючих процесів через масштабні зміни.

Для більшої продуктивної діяльності підприємств існують такі методи зниження ризиків:

-Пілотні проєкти: тестування трендових рішень на невеликій аудиторії.

-Фінансове планування: створення резервів для покриття можливих збитків.

-Співпраця з експертами та консалтинговими агентствами для зменшення невизначеності. [6,с.92]

Підсумовуючи проведений аналіз можна відмітити ,що оцінка фінансового впливу трендів є критично важливою для прийняття обґрунтованих рішень щодо інвестицій та стратегічного планування.

Підприємства, які ефективно аналізують вплив трендів на свої доходи, витрати та економічну вигоду, можуть не лише адаптуватися до змін ринку, а й досягти стійкого зростання.

Як нам вже відомо оцінка трендів потребує використання чітких показників, які допомогають виміряти їхній вплив на ринок ,діяльність підприємства та ефективність інвестицій.

Тож давайте проведемо аналіз обсягу ринку та його динаміку.[3,с.56]

Для початку визначимо ,що ж таке :обсяг ринку,динаміка ринку та які існують методи оцінки цих ринків

Обсяг ринку-загальна вартість або кількість продуктів/послуг, які продаються у визначеній галузі. Вимірюється у фінансових показниках (млрд грн, доларів тощо) або одиницях товару.

Динаміка ринку-відсоткове зростання та збільшення обсягу ринку за певний період. Для динаміки ринку характерним є ,як зростання так і падіння.

Падіння- скорочення обсягу ринку через зниження попиту чи зміни ринкових умов.[3,с.65]

Існують такі методи оцінки:

-Аналіз звітів галузевих досліджень.

-Використання статистичних даних від профільних організацій.

Приклад:

Якщо ринок екологічної упаковки зріс із $5 млрд до $7 млрд за 3 роки, середньорічна динаміка зростання складає:

$$\text{Темп зростання} = \frac{(7-5)}{5} * 100\% = 40\%$$

Згідно цього показнтка можемо зробити висновок,що динаміка зростання на достатньому рівні. [3,с.84]

Роблячи розрахунки з частки ринку , ми дізнаємось,яку частину загального обсягу галузевого ринку займає підприємство. Визначивши ці показники за формулою: Частка ринку$= \frac{\text{Доходи підприємства}}{\text{Загальний обсяг}} * 100\%$

Аналізуючи зміни ми можемо :

-Збільшити частку ринку завдяки диференціації продуктів.

-Зменшити частку через втрату конкурентоспроможності.

Наприклад:

Якщо доходи підприємства становлять $20 млн, а загальний обсяг ринку — $200 млн, частка ринку дорівнює: Частка ринку$= \frac{20}{200} * 100\% = 10\%$

Це говорить про те, що частка зменшена. [8,с.20]

ROI (рентабельність інвестицій у трендові рішення)- також є важливою складовою в методі оцінки трендів.

Поняття ROI показує ефективність інвестицій у впровадження ринкових трендів і визначається за такою формулою:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Чистий прибуток від інвестицій}}{\text{Інвестиції}} * 100\%$$

Переваги цього показника допомагають оцінити окупність інвестицій у нові продукти, маркетинг чи технології. Та дають змогу порівняти ефективність кількох альтернативних інвестицій.

Наприклад:

Якщо компанія інвестувала $50,000 у трендове рішення і отримала додатковий прибуток $20,000, то ROI дорівнює:

$$\text{ROI} = \frac{20{,}000}{50{,}000} * 100\% = 40\%$$

Це говорить що інвестиції є рентабельні на 40% [6,с.85]

Аналізуючи попит на продукти, що відповідають трендам відстежили:

Дослідження попиту:

-Оцінка обсягу продажів трендових продуктів.

-Аналіз змін споживчих вподобань (наприклад, через онлайн-опитування, фокус-групи, аналіз запитів у пошукових системах). [2,с.44]

Ключові показники попиту:

1.Коефіцієнт зростання продажів:

-Відсоткове збільшення продажів трендових продуктів за певний період.

2.Частка нових клієнтів:

-Кількість нових клієнтів, які обрали продукт завдяки його відповідності трендам.

Показники ефективності:

-Рівень задоволення клієнтів: Може свідчити про успіх адаптації до тренду.

-Обсяг повторних покупок: Вказує на довготривалу актуальність трендових рішень.

Наприклад:

Якщо за рік продажі продукту зросли з 500 до 750 одиниць, коефіцієнт зростання продажів дорівнює:

$$\text{Темп зростання продажів} = \frac{750-500}{500} * 100\% = 50\%$$

Роблячи підсумок ,можемо сказати, що коєфіцієнт зростання є доволі достатнім. [1,с.78]

Тож можемо зробити висновок ,що використання показників дає змогу підприємству комплексно аналізувати їхній вплив на ринок і власну діяльність ,приймати обґрунтовані рішення, спрямовані на максимізацію

трендів та мінімізацію ризиків. А прогнозування трендів дозволяє підприємству підготуватися до можливих змін на ринку, прийняти стратегічні рішення та зменшити ризики.

Основними підходами є також сценарний аналіз- використання історичних даних і формулювання рекомендацій для стратегічного планування.

Сутність сценарного аналізу полягає в передбачені створення кількох можливих сценаріїв розвитку ринку залежно від впливу трендів.

Існують такі типи сценаріїв:

-Оптимістичний**:** Передбачає значне зростання тренду, що відкриває нові можливості для підприємства.

-Песимістичний: Відображає негативний розвиток, наприклад, зниження попиту чи посилення конкуренції.

-Реалістичний: Ураховує помірний розвиток тренду на основі поточних тенденцій.[4,с.120]

Для проведення аналізу використовують такі етапи:

-Ідентифікація ключових трендів, які можуть вплинути на ринок.

-Визначення критичних факторів, які змінюють вплив трендів (економічна ситуація, поведінка споживачів, регуляції).

-Створення сценаріїв та оцінка їхніх наслідків для підприємства.

Наприклад. Для тренду електромобілів:

-Оптимістичний: До 2030 року 80% нових авто будуть електричними.

-Песимістичний: Зростання уповільниться через високі витрати на акумулятори.

-Реалістичний: Ринкова частка електромобілів досягне 50% у наступні 5 років.

Роблячи прогноз на основі даних попередніх періодів ми повинні врахувати такі данні:

1.Збір і аналіз історичних даних:

-Оцінка динаміки ринку за попередні роки (зростання, стагнація чи

спад).

-Аналіз продажів, поведінки споживачів, інвестицій у відповідні сегменти.[4,с.55]

2.Методи прогнозування:

-Трендовий аналіз: Виявлення закономірностей у даних минулих періодів і екстраполяція цих трендів на майбутнє.

-Експоненціальне згладжування: Використання середньозважених даних для врахування впливу останніх змін.

-Регресійний аналіз: Побудова математичних моделей для оцінки залежності між змінними (наприклад, доходами та популярністю тренду).

Наприклад. Якщо середньорічне зростання попиту на продукти з екологічним маркуванням становило 10% упродовж останніх 5 років, можна спрогнозувати аналогічну динаміку на наступні 3 роки, якщо не передбачається змін у зовнішніх умовах. [5,с.25]

Існують певні рекомендації для стратегічного планування:

1.Формування стратегії на основі прогнозів:

-Агресивна стратегія: Вибір оптимістичного сценарію з максимальними інвестиціями в трендові напрями.

-Захисна стратегія: Орієнтація на песимістичний сценарій для мінімізації ризиків.

-Гнучка стратегія: Поєднання реалістичного підходу з можливістю швидкої адаптації до змін.

2.Ключові дії:

-Виведення на ринок продуктів, що відповідають майбутнім трендам.

-Інвестиції у дослідження та розробки (R&D), пов’язані з трендовими напрямами.

-Встановлення партнерств із компаніями, які вже працюють у нових сегментах ринку.

-Навчання персоналу для роботи в умовах змін.

3.Оцінка ризиків:

-Аналіз невизначеностей, що можуть вплинути на реалізацію прогнозів (регуляторні зміни, економічна нестабільність, технологічні прориви конкурентів)та розробка планів дій для різних сценаріїв. [7,с.77]

Дослідивши сценарний аналіз оцінили можливі варіанти розвитку ринку, а зпрогнозувавши рішення на основі історичних даних прийняли обґрунтовані рішення, що успішна реалізація прогнозів вимагає гнучкості, інноваційності та проактивного підходу до адаптації бізнесу.

Розділ 3.Рекомендації що до вдосконалення ринкових трендів в комерційній діяльності

Удосконалення ринкових трендів передбачає розвиток стратегій, продуктів і процесів, які дозволяють підприємству ефективніше реагувати на зміни ринку, підвищувати конкурентоспроможність і задовольняти потреби споживачів. Основні рекомендації стосуються інновацій, адаптації бізнес-моделей та підвищення операційної ефективності. І в першу чергу на, що ми звернемо нашу увагу на інновації у продуктах та послугах.

Орієнтуючись на тренди ми проведемо такий аналіз:

-Нових споживчих запитів та впровадження відповідних змін у продуктах.

-Використання технологій, таких як штучний інтелект чи екологічно чисті матеріали.[2,с.38]

Диверсифікуючи асортимент:

- Розширюємо продуктового портфеля, щоб охопити нові сегменти ринку.

-Запускаємо лімітовані серій, що відповідають сезонним або тимчасовим трендам.[3,с.54]

Покращуючи якість, робимо:

-Інвестиції в дослідження та розробки (R&D).

-Використання зворотного зв’язку від клієнтів для вдосконалення продуктів.[1,с.63]

Адаптуючи бізнес-моделі до трендових змін, покращуємо її гнучкість:

-Створення омніканальних систем збуту (поєднання онлайн- та офлайн-продажів).

-Підготовка до швидкої адаптації в разі змін ринкової ситуації.

Цінова політика також відіграє важливу роль в:

-Запровадженні динамічного ціноутворення залежно від попиту на трендові продукти.

-Пропозиції знижок чи спеціальних умов для продуктів, які відповідають трендам.[2,с.102]

Перехід на підписну модель- це можливість запровадження сервісів на основі передплати для популярних трендових продуктів чи послуг.[5,с.157]

Використання сучасних технологій у комерційній діяльності -це повна автоматизація процесів таких як:

- Управління клієнтськими даними та аналізу споживчих трендів використовуючи CRM-систем.
- Використання технологій штучного інтелекту для персоналізації пропозицій.[3,с.183]

Аналітика великих даних (Big Data) дає можливість

-Збору та аналізу даних про поведінку споживачів для прогнозування майбутніх трендів.

-Визначення закономірностей у попиті, що дозволяють розробляти ефективні стратегії.[4,с.210]

Розвиток e-commerce: дає можливість:

-Інвестиції в створення зручних платформ для онлайн-продажів.

-Використання соціальних мереж для просування трендових продуктів.[2,с.237]

Зміцнення маркетингової стратегії дає можливість впровадження нового інноваційного маркетингу з використанням:

-Нестандартних каналів комунікації, таких як TikTok чи VR-технології.

-Запуском кампаній, що акцентують увагу на трендових характеристиках продукту (наприклад, екологічність, інноваційність).[4,с.263]

Співпраця з інфлюенсерами допомагає **,**просуванню продуктів через людей, які мають значний вплив у трендових спільнотах.[5,с.278]

Створення спільнот навколо бренду і організовуючи заходи, клубів чи програм лояльності дає можливість для залучення аудиторії, яка цінує

трендові рішення.[1,с.190]

Підвищення операційної ефективності дає можливість оптимізувати ланцюг постачання:

-Пошук постачальників, які спеціалізуються на трендових продуктах чи послугах.

-Скорочення часу доставки за рахунок цифрових інструментів управління логістикою.[3,с.318]

Екологічна відповідальність впроваджує та використовує екологічні матеріали у виробництві, що зменшує вплив на довкілля (наприклад, перехід на відновлювану енергію).[4,с.332]

Та найважливішою і най ефективнішою рекомендацією є підвищення кваліфікації працівників щодо сучасних трендів та залучення експертів для розробки нових підходів до роботи з клієнтами.[5,с.345]

Тож підводячи підсумок можна відмітити, що Для успішного вдосконалення ринкових трендів підприємство повинно зосереджуватися на інноваціях, адаптації до змін ринку, застосуванні сучасних технологій та розвитку маркетингових стратегій. Гнучкий підхід і системна робота з вдосконалення процесів дозволять не лише відповідати на запити клієнтів, а й випереджати конкурентів.

3.1 Виявлення проблем та можливості їх вдосконалення

Ефективна комерційна діяльність підприємства в умовах динамічних ринкових трендів вимагає регулярного аналізу існуючих проблем та виявлення зон для вдосконалення. Це дозволяє не лише подолати бар’єри, але й розкрити потенційні можливості для зростання та адаптації до ринку.[4,с.34]

Виявлення ключових проблем є основною метою комерційної діяльності.

Недостатнє розуміння трендів та відсутність регулярного моніторингу ринкових змін та поведінки споживачів неврахування специфіки регіонального чи галузевого контексту при впровадженні трендових

рішень є найрозповсюдженою помилкою в комерційній діяльності.[2,с.45]

Низька швидкість адаптації, висока інерційність процесів у компанії (довгі цикли прийняття рішень),нестача ресурсів або компетенцій для швидкого впровадження нових продуктів чи технологій – є досить важливою складовою помилкою підприємницької діяльності.[3,с.50]

Недостатня диференціація продуктів, схожість з конкурентами без створення унікальної цінності для клієнтів, відсутність інновацій у продукті чи сервісі впливають на проблеми з ціноутворенням.[4,с.27]

Невідповідність ціни продукту його цінності для клієнта не дає підприємцям швидко реагувати на цінову політику конкурентів. [5,с.19]

Слабкі маркетингові стратегії обмежують у використанні сучасних інструментів комунікації та неефективне просування продуктів, які не відповідають трендам. Ці всі труднощі загострюють, операційні та фінансові труднощі, що тягнуть за собою зростання витрат та адаптацію до нових умов ринку, нестачу інвестицій у технології та нестачу персоналу. [7,с.66]

Основні можлиості для вдосконалення та виявнення проблем полягають:

Покращення розуміння трендів:

-Впровадження системи регулярного моніторингу ринку та аналізу конкурентів.

-Співпраця з аналітичними агентствами для визначення довгострокових трендів.

-Проведення опитувань та фокус-груп для вивчення поведінки клієнтів.[10,с.15]

Прискорення адаптації:

-Перехід до гнучких організаційних структур (наприклад, Agile чи Scrum).

-Створення мультидисциплінарних команд для швидкого впровадження

трендових рішень.

-Інвестиції в автоматизацію процесів для скорочення часу реалізації проєктів.[3,с.12]

Інновації в продукті:

-Розробка унікальних пропозицій для різних сегментів ринку.

-Впровадження нових технологій або використання екологічних матеріалів у виробництві.

-Запуск персоналізованих продуктів або послуг. [6,с.28]

Реформування цінової політики:

-Перехід на динамічне ціноутворення, яке враховує попит і пропозицію.

-Впровадження програм лояльності чи спеціальних акцій для залучення клієнтів.[8,с.18]

Модернізація маркетингових стратегій:

-Використання цифрових каналів для просування (соціальні мережі, контент-маркетинг, SEO).

-Залучення інфлюенсерів для створення позитивного іміджу продукту.

-Підвищення якості брендингу та комунікації з клієнтами.[2,с.29]

Підвищення операційної ефективності:

-Впровадження ERP-систем для управління ресурсами.

-Оптимізація ланцюга постачання для скорочення витрат.

-Зменшення витрат через використання альтернативних енергетичних ресурсів чи матеріалів.[4,с.60]

Фінансова стійкість:

-Залучення інвесторів або використання грантів для реалізації трендових проєктів.

-Розробка чіткої стратегії витрат та інвестицій [6,с.53]

Аналіз ROI для кожного інвестиційного рішення.[7,с.44]

Проаналізувавши всі основні проблеми, виявили ,що удосконалення ринкових трендів у комерційній діяльності вимагає системного підходу. Компанії повинні зосередитися на адаптації бізнес-процесів,

впровадженні інновацій, покращенні взаємодії з клієнтами та оптимізації витрат. Взявши,ці основні питання до уваги це може допомогти створить стійку базу для зростання, підвищення конкурентоспроможності та задоволення потреб ринку.

3.2 Рекомендації що до вдосконалення нових стратегій

Розробка і вдосконалення стратегій у комерційній діяльності підприємства повинна враховувати ринкові тренди, поведінку споживачів та динаміку конкурентного середовища. Наведені рекомендації допоможуть підприємству адаптуватися до змін та досягти поставлених цілей.

1. Адаптувавши продуктову стратегію та створивши інноваційність продуктів, можна створювать продукти, що відповідають поточним трендам (екологічність, персоналізація). Залучати клієнтів до тестування нових розробок. Диференціюючи асортимент розробляйте пропозиції для різних сегментів ринку. Використовуйте аналіз попиту для визначення найбільш перспективних продуктів. За доплмогою Гнучкості у зміні продуктового портфеля, впроваджуйте механізми швидкої заміни чи адаптації продуктів відповідно до змін попиту.[3,с.45]

2.Покращення цінової стратегії допоможе динамічному ціноутворенню, використовуючи аналітику для коригування цін залежно від попиту, пропозиції чи сезонності. Завдяки програмам лояльності можливо буде запровадити знижки чи бонуси для постійних клієнтів.Використовуючи персоналізовані пропозиції допоможуть утриманню клієнтів.

Аналізуючи виробничі процеси, дороможе скоротити собівартість продукції, без втрати якості.[2,с.104]

3. Модернізувавши канали збуту, створюйте зручні онлайн-платформи для продажу. Інвестуйте в мобільні додатки для взаємодії з клієнтами**.** Омніканальність забезпече інтеграцію фізичних магазинів, онлайн-платформ та соціальних мереж для єдиного користувацького досвіду. Аналіз ефективності каналів збуту допоможе регулярно оцінювать

рентабельність кожного каналу для оптимізації витрат.[3,с.89]

4. Вдосконалюючи маркетингової стратегії використовуйте такі цифрові інструменти:

-Залучайте соціальні мережі, контент-маркетинг та SEO для просування.

-Використовуйте таргетовану рекламу для досягнення цільової аудиторії.

-Залучайте клієнтів через конкурси, опитування та вебінари.

-Використовуйте інфлюенсерів для створення довіри до бренду.[4,с.120]

Для покращення комунікації Зосередьтесь на створенні емоційного зв'язку з клієнтами через storytelling.Забезпечте якісну підтримку клієнтів через всі канали зв'язку.

5. Оптимізувавши внутрішні процеси ,впроваджуйте CRM та ERP-системи для управління ресурсами і клієнтськими даними. Навчайте персонал, організуйте тренінги для розвитку компетенцій співробітників у сфері інновацій та цифрових технологій. Гнучкість організаційної структури допоможе запровадити Agile або Scrum підходи для швидшого прийняття рішень.[5,с.34]

6. Забезпечення фінансової стійкості одне з головних завдань, тому інвестуйте у ті сфери, які забезпечують найбільший ROI.Розробляйте багаторічний план фінансування інновацій. Користуйтеся державними програмами підтримки або грантами. Співпрацюйте з інвесторами для реалізації масштабних проєктів. Запровадьте регулярний аналіз фінансових показників, щоб уникати перевитрат.[6,с.156]

Удосконалення та створення нових стратегій спрямоване на максимальну адаптацію бізнесу до сучасних ринкових умов. Реалізація цих рекомендацій дозволить підприємству не лише залишатися конкурентоспроможним, але й стати лідером у своїй галузі.

3.3 Пропозиції для покращення ринкових трендів

Розвиток ринкових трендів є важливим інструментом для посилення позицій підприємства, адаптації до потреб клієнтів і створення

довгострокових конкурентних переваг. Ось кілька пропозицій для вдосконалення ринкових трендів:

Щоб зробити поглиблений аналіз ринку та трендів потрібно застосувати системний моніторинг трендів, який включатиме:

-Використання даних з аналітичних платформ для відстеження змін ринку.

-SWOT-аналіз для оцінки можливостей та загроз.[1,с.12]

Вивчення поведінки споживачів який містить:

-Опитування та фокус-групи для розуміння потреб клієнтів.

-Вивчаючи нові тенденції в попиті, такі як персоналізація чи екологічність продуктів.[4,с.56]

Конкурентний аналіз допоможе проаналізувати стратегії конкурентів для визначення найкращих практик ,оцінити ринкову частку, інноваційність продуктів та підходи до клієнтів. Розробе нові продукти,використовуючи сучасні технології для створення інноваційних рішень (AI, автоматизація).

Створе екологічно чисті, енергозберігаючі або унікальні продукти.[5,с.89]

Персоналізація впровадить продукти та послуги, що адаптуються під потреби окремих клієнтів,а підвищення якості вдосконалить характеристики продуктів.[7,с.112]

Модернізація маркетингових стратегій вдосконалить цифрові комунікації та допоможе активно використовувати соціальні мережі, контент-маркетинг та відеорекламу. Використовуючи інструменти Big Data для таргетованої реклами.[8,с.76]

Залучення інфлюенсерів та співпраця з популярними блогерами посилять впізнаваність бренду.

Storytelling дасть можливість розробити емоційні кампанії, які розповідають історії про продукт, його цінність та вплив на клієнта.[9,с.65]

Оптимізація каналів збуту та Розвиток e-commerce -це можливість створення зручних онлайн-платформ і мобільних додатків. Омніканальність інтегрує онлайн- і офлайн-канали для створення безшовного клієнтського досвіду.[5,с.92]

Локалізація зіграє важливий вплив на впровадження локальних підходів до продажів, враховуючи специфіку регіонів чи споживачів. Що в свою чергу вплине на підвищення фінансової ефективності. Інвестуючи у трендові рішення ROI та оптимізувавши операційні витрати, залучивши зовнішні ресурс и такі як:
гранти, державні програми,інвесторіи ми вдосконалимо фінансову сторону підприємства ,що дасть нам можливість для нового фінансування в інновації.[4,с.119]

Беручи до уваги все вище сказане ми не можемо покращити ринкові тренди без урахування основних факторів ,але й без створення корпоративної культури, це також зробити не можливо , тому навчання персоналу- регулярні тренінги для підвищення компетенцій працівників. Залучення працівників до обговорення інновацій та впровадження нових ідей є дуже важливим для комерційної діяльності підприємства Мотивуйте, запроваджуйте програми заохочення за успішну реалізацію трендових рішень. Впроваджуйте гнучкість управління використовуйте Agile-підходи для швидкої адаптації бізнесу.

Відносно цього можемо зробити висновок ,що вдосконалення ринкових трендів передбачає активну інноваційну діяльність, яка орієнтується на потреби клієнтів та використання сучасних цифрових технологій. Впровадження цих пропозицій дозволить підприємству зайняти провідну позицію на ринку, збільшити свою частку та забезпечити довгострокове зростання.

Висновок

Зробивши аналіз ринкових трендів із використанням підходів Гарвардської бізнес-школи дозволяє глибше зрозуміти динаміку змін на сучасному ринку та їхній вплив на комерційну діяльність підприємств. Ці тренди стали ключовим фактором, який визначає стратегії компаній, їхню здатність адаптуватися до вимог клієнтів і залишатися конкурентоспроможними.

Вплив трендів поширюється на всі аспекти бізнесу. Зокрема, продуктова політика змінюється відповідно до запиту на інноваційні та персоналізовані продукти. Екологічна відповідальність і цифрові технології стають базовими вимогами до нового асортименту. Водночас ціноутворення також зазнає змін під впливом зростання витрат на впровадження інновацій та необхідності зберігати доступність для споживачів.

Канали збуту активно трансформуються завдяки поширенню електронної комерції та концепції омніканальності, яка дозволяє забезпечувати зручний і безшовний досвід для клієнтів. Маркетингова стратегія підприємств все більше орієнтується на цифрові інструменти, такі як соціальні мережі, інфлюенсери та таргетована реклама, що сприяє ефективнішій комунікації зі споживачами.

Фінансова оцінка трендів демонструє, що їх впровадження має як позитивний, так і ризикований вплив. З одного боку, це сприяє зростанню доходів, збільшенню ринкової частки та виходу на нові ринки. З іншого боку, адаптація до трендів вимагає значних інвестицій, які можуть вплинути на фінансову стабільність підприємства. Саме тому важливо проводити ретельний аналіз економічної доцільності, розраховувати рентабельність інвестицій (ROI) та оцінювати потенційні ризики.

Прогнозування майбутнього впливу трендів дає змогу підприємствам готуватися до змін і уникати негативних наслідків. Аналіз даних

попередніх періодів і використання сценарного аналізу допомагають формувати стратегії, які забезпечують стійкість та адаптивність до змін у ринкових умовах.

Важливим висновком є те, що тренди не лише формують нові можливості для зростання, але й ставлять перед підприємствами виклики. Зростання конкуренції, ризик втрати актуальності продуктів і значні витрати на впровадження інновацій можуть впливати на ефективність комерційної діяльності. Проте, за умови грамотного управління, підприємства можуть не лише адаптуватися до змін, але й активно впливати на формування ринкових умов.

Вивчення та застосування методологій Гарвардської бізнес-школи доводять, що успішне використання ринкових трендів потребує комплексного підходу. Це включає не лише моніторинг і аналіз, але й готовність до інновацій, стратегічне планування та ефективну взаємодію з клієнтами. Таким чином, орієнтованість на тренди стає важливим інструментом для досягнення довгострокових конкурентних переваг і забезпечення стійкого розвитку бізнесу.

Список використаної літератури

1. Іванов, О. В. (2021). Аналіз ринкових трендів та їх вплив на підприємницьку діяльність. Київ: Наукова думка.
2. Петров, М. Г. (2020). *SWOT*-аналіз: Теорія та практика застосування. Харків: Видавничий дім “Фоліо”.
3. Кузьменко, Л. І. (2022). Поведінка споживачів: теорія та практичні аспекти. Львів: Видавництво “Літера”.
4. Баранов, В. С. (2020). Інноваційні стратегії в бізнесі. Одеса: Маяк.
5. Сидоренко, В. М. (2021). Конкурентний аналіз та стратегії розвитку бізнесу. Київ: Видавничий центр “Академія”.
6. Мельник, Т. Ю. (2020). Екологічні та енергозберігаючі інновації в бізнесі. Харків: “Генеза”.
7. Громова, Н. І. (2022). Персоналізація маркетингових стратегій у цифрову епоху. Львів: Видавництво “Калатон”.
8. Смирнов, Р. О. (2021). Цифрові комунікації та маркетинг: нові тенденції. Київ: Вища школа.
9. Іванова, Т. П. (2022). Big Data у маркетингових комунікаціях. Київ: “Довіра”.
10. Литвинова, О. М. (2020). Інфлюенсери та блогери в контексті сучасного маркетингу. Одеса: “Астропринт”.
11. Дуброва, І. В. (2021). Storytelling як інструмент маркетингових комунікацій. Львів: “Академія”.
12. Яковенко, Л. І. (2020). Електронна комерція та омніканальність: нові підходи до розвитку. Харків: “Вища освіта”

ФАХОВИЙ КОЛЕДЖ ЕКОНОМІКИ ТА УПРАВЛІННЯ
НАЦІОНАЛЬНОЇ АКАДЕМІЇ СТАТИСТИКИ,ОБЛІКУ ТА АУДИТУ

РЕЦЕНЗІЯ НА КУРСОВУ РОБОТУ
Студента_____
Шифр_____група_____курс_____
Відділення економіки та програмування
Курсова робота з дисципліни «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
Тема курсової роботи:_____
Рецензент:_____
(прізвище,ініціали)

Зміст рецензії:
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____
_____

Оцінка за перевірку курсової роботи
_____

Оцінка за захист курсової роботи

_____