

Аналіз стратегій провідних корпорацій світу

Ірина Абдул Латіф,

здобувач освітньої програми «Маркетинг»,

Фахового коледжу, групи МА-22к,

ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,

e-mail: AbdullM@krok.edu.ua

Науковий керівник:

Ганна Пазєєва,

кандидат економічних наук, доцент кафедри управлінських технологій,

заступник завідувача кафедри «Кафедра управлінських технологій»,

ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,

e-mail: pazeevaa@krok.edu.ua,

ORCID: 0000-0002-6557-6890

Актуальність дослідження. У наш час великі корпорації відіграють ключову роль у формуванні конкурентних переваг на ринку, розвитку економіки та інновацій у всьому світі. Аналіз та розуміння їх стратегій розвитку є найкращим способом для вивчення успішних підходів до управління, фінансування та просування. Це дослідження дає можливість відслідкувати ефективні бізнес-моделі та інструменти, які допомогли компаніям досягнути постійного зростання і стабільного підвищення їхньої прибутковості.

Об'єктом дослідження є стратегії управління та розвитку корпорацій, відомих у всьому світі.

Предметом дослідження є основні елементи стратегій, які дозволяють корпораціям зберігати прихильництво споживачів та впізнаваність в умовах великої конкуренції.

Метою дослідження є вивчення ключових елементів та напрямків стратегій найбільших корпорацій світу для виявлення стратегічних практик та прийомів, які принесли успіх цим компаніям і можуть бути використані меншими підприємствами.

Для досягнення мети дослідження в роботі поставлено та вирішено наступні **завдання**:

- провести аналіз наукових джерел щодо стратегій провідних світових корпорацій;
- зібрати інформацію про особливості стратегій, якими користуються гіганти ринку;
- оцінити ефективність знайдених стратегій з точки зору не настільки впізнаваного підприємства на рахунок прибутковості;
- створити рекомендацій щодо адаптації успішних стратегічних елементів в роботу менших підприємств.

Інформаційна база досліджень. Великий внесок у вітчизняну сферу досліджень стратегій компаній зробили такі науковці як Шершньова З. Є., Ілляшенко С. М., Омеляненко Т. В. та Кузьмін О. Є., а також такі іноземні вчені як М. Портер, Й. Шумпетер, К. Крістенсен, Г. Гемел та С. К. Прахалад.

Джерелами дослідження були наукові фахові публікації та фінансові і аналітичні звіти великих корпорацій [1].

Етапи та результати дослідження. На першому етапі було здійснено аналіз наукових джерел, що дозволило виявити ключові підходи до формування стратегій у таких провідних корпораціях світу як, наприклад, Amazon, Microsoft та Apple. Огляд різних джерел інформації дозволив визначити основні напрямки, за якими корпорації планують свої стратегії.

Другий етап був спрямований на пошук і систематизацію практичної інформації про стратегії, що використовуються в провідних корпораціях для досягнення успіху в конкретних сферах: фінансуванні, маркетингу, інноваціях і кадровому управлінні. Було проведено детальний аналіз маркетингових стратегій даних брендів і виписано найвідоміші з них, як, наприклад:

Amazon: використовує показники SEO сайту, щоб виявити вподобання людей, оптимізувати вміст за пов'язаними ключовими словами та залучати потенційних клієнтів за конкурентоспроможними цінами. Це означає, що компанія відстежує продажі свого постачальника, щоб визначити товари, які користуються високим попитом, і починає продавати ті самі товари під приватною торговою маркою; безпроблемна доставка. Компанія має близько 185 центрів виконання по всьому світу і зберігає запаси на своєму складі перед відправкою клієнтам, тобто зберігання і доставка повністю лежать на плечах корпорації, що мінімізує можливість втрати посилки чи шахрайства [3].

Apple: краса та зрозумілість. Компанія акцентується на стильному та елегантному дизайні, а також простоті в користуванні своїх пристроїв; лояльність користувачів. Для максимального комфорту всі прилади, які є у користувача, мусять бути від даної компанії, адже, наприклад навушники від Apple значно легше зв'язати з телефоном від Apple, аніж навушники будь-якої іншої марки [2].

Microsoft: великий вибір унікальних продуктів від даного бренду. До прикладу можна взяти Microsoft Teams, яким ми користуємося для навчання. Прямо в цій програмі можна користуватися такими продуктами, як Word, Excel, PowerPoint та багато інших.

Третій етап дослідження був присвячений комплексному аналізу зібраних даних для оцінювання справжньої ефективності різних стратегій, що застосовуються у провідних корпораціях. Це дало можливість визначити, які з підходів є найуспішнішими в досягненні корпоративних цілей, а також у підтримці конкурентних позицій у різних умовах. Також, аналіз включає в себе оцінку довгостроковості цих стратегій, тобто того, наскільки ці стратегії будуть вигрешними у майбутньому і чи втримають вони ту популярність і впізнаваність бренду, яка є зараз.

На завершення цього етапу були надані рекомендації щодо покращення маркетингових стратегій корпорацій та залучення в просування більшої кількості новітніх цифрових технологій. Рекомендовано підприємствам, які бажають закріпитися на ринку та покращити свої стратегії включити в свою розробку особистий бренд, створити гасла, просувати у соціальних медіа, співпрацювати з

інфлюенсерами та вводити інновації. Особливу увагу слід приділяти створенню відповідних умов для залучення і утримання висококваліфікованих працівників, що є ключовим фактором успіху в багатьох сферах бізнесу.

Висновки: В результаті дослідження біло запропоновано керівники підприємств для вдосконалення стратегій, спрямованих на посилення конкурентоспроможності на ринку використовувати запропоновані практики, які вже перевірені компаніями-гігантами, що дозволить підвищити ефективність управління та забезпечити довгостроковий розвиток підприємств.

Ключові слова: конкурентоспроможність, маркетингова стратегія, інновація, аналіз зібраних даних, соціальні медіа, фінансування.

Список використаних джерел

1. «Управління корпораціями» Навчальний посібник із грифом «Рекомендовано Міністерством освіти і науки України». / За заг. ред. З.Є. Шериньової та А.Є. Черпак К.: КНЕУ, 2013.
2. Маркетингові стратегії виробників смартфонів: <https://mavr.ua/ua/marketingovi-strategii-virobnikiv-smartfoniv/>
3. 7 ключових маркетингових стратегій Amazon, які зробили її успішною: <https://squeezegrowth.com/uk/amazon-marketing-strategies/>