

Петро Пуцентейло

д.е.н., професор

Тернопільський національний економічний університет

РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ В ФОРМУВАННІ БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩА ПІДПРИЄМСТВА

Сьогодні все більш актуальним є стратегічний аналіз потенціалу підприємства, спрямований на дослідження і встановлення впливу чинників зовнішнього середовища підприємства на досягнення поставлених економічних результатів і визначення потенційних можливостей суб'єкта господарювання в процесі досягнення власних цілей. Ефективність його проведення багато в чому зумовлюється методикою і послідовністю відповідних аналітичних процедур.

За допомогою стратегічного аналізу готується комплексний стратегічний план розвитку підприємства, здійснюється науково обґрунтована, всебічна і своєчасна підтримка прийняття стратегічних управлінських рішень [1]. С.В. Романова вважає, що «стратегічний аналіз передбачає оцінку гіпотетичних і реальних ситуацій при управлінні різноманітними економічними процесами в умовах впливу чинників зовнішнього оточення на базі використання інструментів аналітичного інжинірингу та методів багатofакторного і багатоваріантного аналізу, що дозволяють змодельовувати і оцінити різні варіанти майбутнього розвитку з урахуванням, як впливу зовнішньої середовища, так і можливості гнучкого реагування» [2, с. 229]. В цілому, цілі стратегічного аналізу мають забезпечуватись за рахунок наступних чинників: високого професіоналізму і мистецтва управлінців; тісного зв'язку організації з зовнішнім середовищем; включення всіх працівників до реалізації стратегічних цілей і завдань підприємства [1]. Стратегічний аналіз – це комплексне дослідження позитивних і негативних факторів, які можуть вплинути на економічний стан підприємства у перспективі, а також шляхів досягнення стратегічних цілей підприємства [3, с. 17].

Поява стратегічного аналізу обумовлена зростанням ролі стратегії у розвитку бізнесу. Оскільки стратегія тісно пов'язана із зовнішніми умовами, в яких підприємство здійснює свою господарську діяльність, то стратегічний аналіз перш за все покликаний дослідити зовнішні умови як чинники, що впливають на стратегічні цілі підприємства, що не концентрують особливу увагу на певних традиційних завданнях економічного аналізу. Для побудови системи стратегічного управління підприємствами у ролі основного джерела інформації для такої системи пропонується використовувати стратегічний аналіз.

Отже, стратегічний аналіз – це процес дослідження виробничо-господарської діяльності підприємства і умов її здійснення в довгостроковій перспективі, засіб перетворення даних, отриманих в результаті аналізу середовища, в базу даних для прийняття стратегічних рішень. Його метою є оцінка найбільш значущих впливів на поточний і майбутній стан підприємства. Стратегічний аналіз спрямований на визначення стану господарської діяльності підприємства в конкретний період часу. У ході виконання стратегічного аналізу визначається оцінка реалістичності стратегічних цілей.

Основними складовими частинами стратегічного аналізу є: функціонально-вартісний аналіз; аналіз стратегічного позиціонування; аналіз чинників, що визначають витрати. Перераховані складові, як правило, реалізуються підприємством у чітко визначеній сукупності і ґрунтуються на структурі ланцюжка утворення споживчої вартості. Стратегічний аналіз – це загальне дослідження всіх позитивних і негативних чинників суб'єкта господарювання, які в майбутньому зможуть вплинути на його економічне становище. Стратегічний аналіз покликаний перетворити всю наявну економічну інформацію та інформацію неекономічного характеру в прийнятну для прийняття стратегічного рішення. Ефективність і обґрунтованість стратегічних рішень, прийнятих підприємством, багато в чому залежить від якості інформації, яка є базою для прийняття управлінських рішень. Оптимальну інформаційну базу можливо отримати з результатів проведеного стратегічного аналізу діяльності. Стратегічний аналіз як ключовий аналітичний елемент стратегічного управління, дає змогу частково знизити невизначеність при прийнятті стратегічних рішень і обґрунтувати вибір стратегій підприємства, адекватних ринковим умовам, що безпосередньо пов'язано з конкурентоспроможністю фірми. Обробка отриманих даних, узагальнення фактів з їх подальшою систематизацією та висновками, на основі яких буде здійснено пошук резервів, – це основні завдання стратегічного аналізу, який в перспективі забезпечить обґрунтованість прийнятих управлінських рішень, підвищить їх ефективність. Це і дасть можливість

оцінити внутрішні і зовнішні чинники у навколишньому оточенні. Завдяки стратегічному аналізу підприємство розробляє стратегічний план.

Розробка стратегічного плану передбачає послідовні етапи дослідження й аналіз зовнішнього і внутрішнього оточення, подальше сценарне прогнозування можливих ситуацій. Одним з переваг стратегічного планування є поглиблене дослідження середовища підприємства, в якому воно здійснює свою діяльність. Метод стратегічного аналізу дає змогу вивчити поведінку і становище на ринку фірм конкурентів, досліджувати та виявити потреби і переваги клієнтів, діагностувати реальний стан компанії, оцінюючи ситуацію, і передбачає можливі зміни зовнішнього і внутрішнього середовища, які безпосередньо здійснюють вплив на стратегічний розвиток підприємства і дозволяють зміцнити подальше становище на конкурентному ринку.

Під час проведення стратегічного аналізу визначають:

- місію компанії;
- стратегічні цілі;
- проведення зовнішнього аудиту;
- стратегічний потенціал (сильні і слабкі сторони підприємства);
- стратегічний клімат зовнішнього середовища (можливості і загрози);
- стратегічну позицію підприємства;
- тактичні кроки для вирішення цілей підприємства;
- конкурентну перевагу. Під час проведення стратегічного аналізу визначають:
- місію компанії;
- стратегічні цілі;
- проведення зовнішнього аудиту;
- стратегічний потенціал (сильні і слабкі сторони підприємства);
- стратегічний клімат зовнішнього середовища (можливості і загрози);
- стратегічну позицію підприємства;
- тактичні кроки для вирішення цілей підприємства;
- конкурентну перевагу.

Стратегічний аналіз є початковим етапом розробки стратегії діяльності підприємства, яка ґрунтується на дослідженні та оцінці внутрішнього і зовнішнього середовища, в яких функціонує підприємство. Саме стратегічний аналіз може допомогти підприємству реалізувати його стратегічне бачення. Стратегічний аналіз є початковим етапом розробки стратегії діяльності підприємства, яка ґрунтується на дослідженні та оцінці внутрішнього і зовнішнього середовища, в яких функціонує підприємство. Саме стратегічний аналіз може допомогти підприємству реалізувати його стратегічне бачення.

Стратегічний аналіз – це спосіб вивчення й адаптації інформаційних потоків, отриманих в ході аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища функціонування підприємства, до реалізації стратегічних цілей підприємства. Ефект від стратегічного управління підприємством не буде досягнутий без якісного стратегічного аналізу. Підтвердженням даного факту є те, що управлінська стратегія потребує інформації про стратегічне становище підприємства на ринку і специфіці реалізації обраної стратегії.

Список використаних джерел

1. Трухан О.Л. Стратегічний аналіз у системі управління підприємствами. Вісник ЖДТУ (Економічні науки). 2009. № 1 (47) URL: https://ztu.edu.ua/ua/science/publishing/visnik/econom/1_47/27.pdf
2. Романова С.В. Стандартизация системы показателей стратегического анали за/ Проблемы современной экономики. 2012. № 7. С. 228-233.
3. Гордієнко П.Л. Стратегічний аналіз : навчальний посібник. К.: Алерта, 2008. 478 с.