

Х.В. Божок, 5 курс

*Науковий керівник – Р.К. Шурпенкова, к.е.н., доцент
Львівський інститут банківської справи
Університету банківської справи НБУ*

На сучасному етапі розвитку економіки країни питання стратегічного розвитку підприємств набувають особливої актуальності. Адже характерною ознакою політичного, економічного та соціального життя суспільства є постійне виникнення неочікуваних подій, наростання нестабільності середовища, що впливає на показники господарської та фінансово–економічної діяльності кожного підприємства.

Під стратегічним аналізом розуміється «процес, за допомогою якого здійснюється довгострокове керування підприємством, визначаються специфічні цілі його діяльності, розробляються стратегії для досягнення цих цілей, враховуючи всі найсуттєвіші зовнішні та внутрішні умови, а також забезпечуючи виконання розроблених відповідних планів постійно розвиваючись і змінюючись» [1, с. 45].

Стратегічний аналіз досліджує різні чинники й можливості, які підприємство може використати для свого розвитку. Ці чинники вивчаються комплексно, з розрахунком на довготривалу перспективу. Об'єкти стратегічного аналізу визначаються відповідно до цілей, які ставить перед собою керівництво підприємства. Більшість дослідників до об'єктів стратегічного аналізу відносять: стратегічні господарські підрозділи (підрозділи диверсифікованої компанії), стратегічні зони господарювання (сегменти ринку), сектори бізнесу (напрями діяльності), окремі продукти (товари, послуги), фінанси, інвестиційні проекти. Об'єктом може бути і підприємство загалом.

Предметом стратегічного аналізу є слабкі місця та загрози, стратегічні переваги та потенціал об'єкта дослідження, які при певному поєднанні з іншими факторами внутрішнього та зовнішнього середовища формують альтернативні напрями дій, які сприяють досягненню стратегічних цілей та виконання місії підприємства.

Стратегічний аналіз як функція стратегічного управління повинен підготувати множину альтернатив для прийняття рішення.

У більшості випадків стратегічний аналіз зосереджується на вирішенні трьох основних питань, важливих для будь–якого підприємства в будь–якій ситуації:

- в якому стані перебуває підприємство зараз?;
- в якому стані воно має бути через певний проміжок часу?;
- які існують шляхи й способи досягнення бажаного стану?

Стратегічний аналіз представляє собою дослідження ретроспективи, поточного стану та варіантів розвитку господарської системи будь–якого рівня як з позицій її місця в системі навколишнього середовища, так і з точки зору внутрішнього потенціалу. Метою стратегічного аналізу є

формування аналітично-інформаційної платформи для прийняття керівництвом господарської системи її цільового комплексу, вибору стратегії реалізації останнього та складання плану досягнення цілі та завдань стратегічного розвитку [2, с. 139].

Одним із найпопулярніших інструментів стратегічного управління, який дозволяє побудувати стратегічний баланс і проаналізувати можливі стратегії поведінки підприємства в ринковому середовищі, є так званий SWOT-аналіз. Стратегічний баланс, тобто поєднання негативних і позитивних факторів, що впливають на діяльність компанії як зовні, так і зсередини, допомагає правильно оцінити можливості, які відкриваються перед компанією в майбутньому.

Необхідність проведення стратегічного аналізу на підприємстві визначається наступними факторами:

- по-перше, він необхідний при розробці стратегії розвитку підприємства та в цілому для реалізації ефективного менеджменту, оскільки є важливим етапом управлінського циклу;
- по-друге, він необхідний для оцінки привабливості підприємства, із точки зору зовнішнього інвестора, визначення позиції підприємства у національних та інших рейтингах;
- по-третє, стратегічний аналіз дозволяє виявити резерви та можливості підприємства, визначити напрямлення адаптації внутрішніх можливостей підприємства до змін умов зовнішнього середовища;
- по-четверте, дозволяє своєчасно реагувати на зміни у зовнішньому середовищі, та використовуючи їх на свою користь. [3, с.21]

Потреба у стратегічному аналізі виявляється на таких стадіях прийняття рішень, як попереднє вивчення господарських явищ і процесів, аналіз реального стану діяльності підприємства, розробка і вибір варіантів господарських рішень, оцінка відповідності економічного аспекту іншим аспектам управління, узагальнення результатів аналізу, обґрунтування стратегічного управління рішень.

Суть стратегічного аналізу полягає у тому, що за його допомогою здійснюється вибір конкретної стратегії з багатьох альтернатив і формування всієї системи стратегій. При здійсненні стратегічного аналізу визначається ступінь впливу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища на критерії конкретних стратегій. Стратегія підприємства передбачає вирішення таких завдань:

- визначення сфери діяльності підприємства і формування стратегічних напрямів;
- постановка стратегічних цілей і завдань для їх досягнення;
- формування стратегії для досягнення намічених цілей і результатів діяльності виробництва;
- реалізація стратегічного плану. [4, с. 51]

Внаслідок аналізу внутрішнього середовища проводиться оцінка стратегічного потенціалу в межах поставленої цілі: наскільки за кількістю та якістю ресурсів, стану функцій і проектів підприємство відповідає цільовим вимогам. Тобто, таким чином, проводиться аналіз фактичного та нормативного потенціалів (або порівняння з конкурентами, якщо оцінюються конкурентні переваги). По закінченню аналізу прояснюється картина сильних та слабких сторін підприємства. Сильні сторони – це можливі ключові фактори успіху.

Підсумовуючи вищевикладене, слід зазначити, що ефективно управління підприємством неможливе без стратегічного аналізу, який повинен здійснюватись на кожному етапі стратегічного управління: від формування стратегії до реалізації та контролю за реалізацією стратегії.

Список використаних джерел

1. Головка Т.В., Сагова С.В. Стратегічний аналіз: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. – К.: КНЕУ, 2002. – 198 с.
2. Лукашевич, О. Ф. Значення стратегічного аналізу в системі стратегічного управління господарськими організаціями // Економіка і прогнозування. – 2009. – №2. – 389 с.
3. Кубіній, Н.Ю. Стратегічний аналіз та його місце в системі управління /Н.Ю.Кубіній, Р.І.Завадяк, О.А.Федорович // Науковий вісник Ужгородського університету. Економіка. – 2008. – Випуск 26. – 411 с.
4. Левик І. С. Суть стратегічного аналізу та його значення для управління підприємством // Регіональна економіка. – 2009. – №3. – 423 с.