

Проте, поряд із констатацією існування впливів на ті чи інші публічні управлінські й організаційні процеси, вважаємо, що важливе, а подекуди ключове місце для розуміння інструментів зменшення корупційних проявів, займають нормативні приписи (включаючи антикорупційні заборони), а також спеціально утворені антикорупційні інституції.

Використані джерела

1. Ростовська К. В. Сучасна антикорупційна політика в Україні: проблеми та перспективи. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна Серія «ПРАВО». Випуск 23, 2017 рік. URL: <https://periodicals.karazin.ua/law/article/view/9694/9216>.
2. Goudie A. W. A Framework for the Analysis of Corruption. Crime, Law & Social Change. 1998. Vol. 29. P. 113-159.
3. Тіньков А. Л. Запобігання та протидія політичній корупції в системі державного управління України: дис. канд. наук з держ. упр.: 25.00.02. Київ, 2013. 222с.
4. Барометр світової корупції – 2016. URL: <https://tiukraine.org/research/barometr-svitovoi-koruptsii-2016/>.
5. Маркєєва О. Д. Антикорупційна політика в Україні: проблеми та перспективи. URL: <http://sp.niss.gov.ua/content/articles/files/21-1440595448.pdf>

Культенко Ярослав

Західноукраїнський національний університет
(науковий керівник: д.с.-г.н., професор, професор кафедри
економіки та економічної теорії ЗУНУ Гайда Ю.І.)

РОЛЬ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Відповідно до визначення стратегічного аналізу, його, насамперед, слід розглядати як безперервний процес дослідження об'єкту (системи), результатом якого є формування інформаційно-аналітичної бази для прийняття управлінських рішень, спрямованих на досягнення стратегічних цілей, конкурентних переваг та збільшення вартості бізнесу[2, с. 198].

Стратегічний аналіз в сучасних умовах виступає ефективним інструментом конкуренції. Використовуючи ряд методів стратегічного аналізу, можна правильно визначити пріоритети компанії, проаналізувати ринкову ситуацію, зміцнити її позиції на ринку. Метод стратегічного аналізу дозволяє компанії перебувати в безпечному положенні на нестабільному ринку протягом певного періоду часу. Цей метод дослідження передбачає наявність ефективного, недорогого і доступного способу оцінки

стану бізнесу в системі управління[1, с.61]. Метою стратегічного аналізу є формування набору альтернатив для прийняття стратегічних рішень та вибору найбільш оптимального.

Аналіз передбачає своєчасне коригування обраної стратегії з метою оперативного реагування на зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищі, є однією з основних умов ефективного функціонування підприємства та його конкурентоспроможності. Стратегічний аналіз має двобічне спрямування: у майбутнє (чого ми хочемо досягти - формування стратегічних цілей) і від майбутнього до сьогодення (що нам потрібно зробити сьогодні, щоб отримати бажаний результат у майбутньому)[3, с. 87].

Розробка плану боротьби із конкурентами при стратегічному аналізі проходить послідовні етапи дослідження та аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища, подальше визначення сценаріїв можливих ситуацій. Метод стратегічного аналізу дозволяє вивчити поведінку та позиції на ринку конкуруючих компаній, дослідити та визначити потреби та уподобання клієнтів, діагностувати реальний стан компанії, оцінити ситуацію та передбачити можливі зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі, які безпосередньо впливають на стратегічний розвиток компанії [2, с. 199].

Роль стратегічного аналізу в системі управління конкурентоспроможністю підприємства визначається його перевагами, які дають можливість: створити інформаційну базу для прийняття стратегічних рішень на основі оцінки внутрішнього та зовнішнього середовища [3, с. 90]; зменшити негативний вплив змін зовнішнього та внутрішнього середовища на результати діяльності компанії; оперативно реагувати на зміни кон'юнктури ринку та вносити відповідні корективи у стратегії розвитку та боротьби із конкурентами, реалізовані на цьому етапі діяльності суб'єкта господарювання; визначити рівень потенціалу компанії та дію факторів навколишнього середовища, які в сукупності дають змогу досягти їх цілей; визначити власні конкурентні переваги та недоліки; розробити стратегії розвитку та впливу на ринок відповідно до конкурентних переваг.

Використані джерела

1. Масляєва О.О. Конкурентоспроможність молокопереробних підприємств у контексті євроінтеграційних процесів. *Агросвіт*. 2016. № 4. С. 59–64.
2. Пуцентейло П.Р., Гуменюк О.О. Стратегічний аналіз як важливий елемент управління підприємством. *Інноваційна економіка*. 2016. № 3-4. С. 196-205. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2016_3-4_34.
3. Райковська І.Т. Стратегічний аналіз в системі довгострокового управління підприємством. *Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту*. 2017. № 1-2. С. 84-92.

Кундрат Марія