

Бурденюк Т. Г.
к.е.н., доцент кафедри обліку в державному
секторі економіки та сфері послуг,
Тернопільський національний економічний університет

СУТНІСТЬ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ ТА ЙОГО РОЛЬ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ускладнення та нестабільності зовнішнього середовища як результату еволюції взаємодіючих економічних, соціальних, політичних, науково-технічних і багатьох інших факторів ефективність та висока конкурентоспроможність підприємства можлива лише за постійного оновлення та впровадження нових стратегій – стратегій довготермінового виживання. Сьогодні особливої уваги потребують питання вибору пріоритетних напрямів діяльності підприємства й обґрунтування найефективнішої стратегії розвитку організації, комплексного дослідження всіх економічних процесів, моделювання їх змін з метою досягнення стратегічних цілей. Інструментом вирішення цього завдання є стратегічний аналіз, який дає змогу керівництву підприємства сформулювати стратегію для досягнення намічених цілей.

Розробленню теоретичних і методичних засад стратегічного аналізу як самостійного напрямку дослідження досі приділяється недостатньо уваги, не має єдиної точки зору на предмет стратегічного аналізу, не до кінця визначено його місце та роль у системі стратегічного управління. Тому необхідні глибше наукове осмислення економічної сутності стратегічного аналізу, дефініція та систематизація наявних теоретичних розробок, розгляд його теоретичних та методичних особливостей.

Дослідження економічної сутності стратегічного аналізу та його особливостей дало змогу сформулювати загальні риси стратегічного аналізу:

1) незамінний елемент кожного з етапів стратегічного управління. Нестабільність зовнішнього середовища та зміни у внутрішньому зумовлюють необхідність постійного моніторингу, а за необхідності потребують перегляду місії компанії, цілей діяльності, стратегічних планів і механізмів їх здійснення. Стратегічний аналіз як функція стратегічного менеджменту є безперервним процесом – оцінка діяльності та її коригування це одночасно закінчення і початок процесу стратегічного аналізу;

2) аналітичний апарат дослідження впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовищ на підприємство;

3) дослідження майбутніх подій та перспективна спрямованість аналізу;

4) комплексність аналітичних досліджень. Характерною відмінністю стратегічного аналізу від інших видів аналізу є комплексне дослідження всієї діяльності підприємства;

5) здійснення аналітичних досліджень до початку господарських процесів, а не після них, як у ретроспективному аналізі. В цьому плані стратегічний аналіз поєднує

елементи прогнозування, планування та менеджменту. При аналітичному обґрунтуванні оптимальних шляхів досягнення стратегічних цілей необхідно враховувати минулий досвід, тенденції розвитку економічних процесів, що склалися в ретроспективі, тому, на нашу думку, прогнозування слід розглядати як елемент методу стратегічного аналізу.

Переваги такого бачення стратегічного аналізу полягають у наступному:

1) підприємство розглядають як цілісну систему, що дає змогу аналізувати концептуальні напрямки його діяльності та розвитку в поєднанні зі складовими внутрішнього та зовнішнього середовища;

2) передбачає ймовірність виникнення ситуацій із високим рівнем невизначеності та ризиковості, тому вся організація всередині підприємства є реакцією на зовнішнє середовище;

3) акцентує як на проблемі раціонального використання й нарощування стратегічного потенціалу, так і завданні гнучкого розвитку підприємства в умовах динамічного зовнішнього середовища;

4) враховує теоретичні та методологічні особливості досліджуваного виду аналізу;

5) визначає актуальність та ефективність (результативність) аналітичних досліджень у стратегічному й тактичному управлінні.

При цьому основними об'єктами стратегічного аналізу є місія та цілі підприємства, внутрішнє й зовнішнє середовища діяльності, напрямки функціонування і розвитку підприємства, формування та оцінка варіантів стратегії. Мета аналізу – виявлення поточного стану об'єктів дослідження, їх моделювання та прогнозування, визначення тенденцій і можливих напрямків розвитку. Предметом стратегічного аналізу є причинно-наслідкове дослідження стану, властивостей, зв'язків та реакції об'єктів стратегічного аналізу на впливи зовнішнього і внутрішнього середовищ в ідентифікованих просторово-часових межах.

Систематизація наукових підходів стосовно змісту та кількості етапів стратегічного аналізу показала, що основними етапами стратегічного аналізу є: виявлення цілей та місії організації; аналіз середовища організації (оцінка потенціалу, аналіз перспектив зростання, аналіз ринку і стану конкуренції, конкурентоспроможності, стратегічна сегментація, оцінка стратегічної позиції та шляхів диверсифікації); формування й оцінка варіантів стратегії. Вибір стратегії, розроблення політики та стратегічних планів організації.

Ознайомлення та критичний аналіз багатьох літературних джерел дали підстави представити стратегічний аналіз як низку потужних аналітичних інструментів, за допомогою яких майбутнє будь-якого бізнесу можна передбачити настільки точно, що буде змога безпомилково вибрати правильний стратегічний напрям для нього. До того ж, проведення аналізу – це складний і трудомісткий процес, котрий потребує чіткої організації праці та злагоджених дій виконавців.

Таким чином, стратегічний аналіз є окремим видом економічного аналізу та основним етапом стратегічного управління, за допомогою якого здійснюють формування, вибір, реалізацію, оцінку та контроль стратегії підприємства.

Література:

1. Бурденюк Т. Г. Стратегічний аналіз конкурентоспроможності підприємств [Текст]: автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю: 08.00.09 – бухгалтерський облік, аналіз та аудит / Тарас Григорович Бурденюк. – Тернопіль : ТНЕУ, 2011. – 22 с.

2. Парасій-Вергуненко І. М. Стратегічний аналіз в банках: методологія та практика [Текст]: автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю: 08.00.09 / І. М. Парасій-Вергуненко; ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана». – К., 2009. – 32 с.

3. Жукевич С. М. Стратегічний аналіз діяльності підприємств споживчої кооперації [Текст]: автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю: 08.00.09 – бухгалтерський облік, аналіз та аудит / С. М. Жукевич. – Тернопіль: ТДЕУ, 2006.– 208 с.