

МОДЕЛІ ДОСЛІДЖЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Король Є.Я., здоб. вищ. осв. ОС «магістр»
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **Р.М. Остапенко**
Державний біотехнологічний університет

Стратегічний аналіз є одним із найважливіших аналітичних елементів стратегічного менеджменту, оскільки він визначає стратегічні пріоритети та дозволяє при виборі стратегії розвитку підприємства частково усунути невизначеність у стратегічних рішеннях. Об'єктами стратегічного аналізу на різних його етапах є стан і зміни внутрішнього та зовнішнього середовища організації, предметом стратегічного аналізу є концептуальні напрями функціонування та розвитку, які розглядаються з точки зору нарощування стратегічного потенціалу та зміцнення позицій в довгостроковій перспективі.

Більшість підприємств не мають конкретної стратегії. Щоб отримати конкурентну перевагу, необхідно розуміти сильні та слабкі сторони конкурентів. Якщо організація не проводить аналітику або не оновлює її досить часто, вона під загрозою. Розглянемо найвідоміші моделі стратегічного аналізу.

Модель «5 сил» М. Портера використовується для визначення стану конкуренції у всій галузі. За теорією конкуренції Портера на ринку присутні п'ять головних сил, від яких залежить прибутковість ринку: можливості покупців, потенціал постачальників, небезпека появи нових гравців, загроза появи альтернативних товарів, конкурентна боротьба між учасниками всередині галузі. Аналіз за Портером дозволяє виявити інтенсивність конкурентних сил знайти оптимальну позицію, де фірма буде відчувати себе більш безпечно від впливу конкуруючих сил і при тому зможе сама впливати на ринок.

Аналіз «сліпих зон» досліджує основні причини неточностей або помилок у процесі прийому стратегічних рішень. Він об'єднує когнітивну психологію, теорію стратегії та динаміку організаційної поведінки, щоб пояснити, чому аналітики часто неправильно розуміють конкурентне середовище та чому внутрішній аудит може призвести до переоцінки конкурентних переваг підприємства. Під «сліпими» зонами в стратегічному аналізі розуміють помилкові або неточні уявлення фірми про себе, своїх конкурентів у галузі.

Модель SWOT-аналізу побудована на визначенні слабких сторін і переваг, можливостей і загроз. Завдяки цій моделі можна виявити слабкі та сильні сторони конкурента, щоб вирішити власні проблеми. Такий аналіз дозволяє стратегічний аналіз і планування. Стратегія може бути побудована на використанні сильних сторін, на подоланні слабких сторін для захисту від потенційних загроз. За допомогою такого аналізу можна отримати більш повну картину конкурентного середовища в галузі.

Модель PEST-аналізу є ефективним способом аналізу промислового середовища підприємства для визначення впливу політичних, економічних, соціокультурних і технологічних змін на тенденції в галузі, аналіз PEST зазвичай проводиться протягом п'яти років з обов'язковим оновленням раз на рік [2].

Використання теорії ігор дозволяє структурувати стратегічні рішення та зрозуміти ситуацію, що відбувається на ринку конкурентів. Використовуючи концепції та термінологію теорії ігор, можна проаналізувати конкурентну ситуацію в галузі з точки зору виявлення конкуруючих гравців, уточнення вибору, доступного кожному з гравців, і уточнення вигравів у кожній комбінації опцій і послідовність дій на основі побудови «дерева рішень».

Модель аналізу сегментації споживачів і аналіз цінностей показують, що підприємство повинна ідентифікувати та досліджувати різні групи клієнтів; вибрати один або кілька сегментів ринку для послуги; інформувати споживачів про вигідні пропозиції компанії в кожному цільовому сегменті. Сегментація клієнтів базується на тому, що клієнти мають різні цінності.

Модель аналізу та оцінка індивідуальних характеристик конкурентів займається оцінкою освіти, визначає цілі, особистісні та психологічні особливості конкурентів, прогнозує майбутні стратегічні рішення керівництва підприємств-конкурентів [1].

Отже, доцільно стверджувати, що вибір моделі стратегічного аналізу є першим етапом вибору стратегії управління на заданий період функціонування та розвитку підприємства. Цей процес досить складний, вимагає знань, досвіду, ретельної підготовки та відповідальності.

Інформаційні джерела:

1. Мартинюк В.П., Панухник О.В., Рибчук А.В. Стратегічний аналіз галузі. Навчальний посібник. За ред. Лотиш О.Я. Тернопіль: Економічна думка, 2019. 248 с;
2. Що таке PEST-аналіз? URL: <https://bakertilly.ua/news/id45211/>