

підприємства, організувати зустрічі керівництва з великими інвесторами та організувати прес-супровід діяльності компанії [2].

Список використаних джерел

1. Єрмолаєв, А. Аграрний сектор України: тенденції, суб'єкти, перспективи реформування [Текст] / А. Єрмолаєв, І. Кліменко, В. Ємець, С. Таран. – К. : Інститут стратегічних досліджень «Нова Україна», 2015 – 28 с.
2. Манаєнко, І.М. IPO як форма інвестиційного забезпечення підприємств: світовий аспект [Текст] / І.М. Манаєва // Глобальні та національні проблеми економіки. – МНУ ім. В.О. Сухомлінського. – 2015. – Вип. № 6 – С. 382–387.



Гуменюк Олена

к.е.н., доцент

Тернопільський національний економічний університет

м. Тернопіль

ФУНКЦІОНУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Для уникнення або зменшення негативного впливу ринкового середовища й отримання максимальних можливостей підприємству доцільно застосувати такий інструмент управління, як стратегічний аналіз. Стратегічний аналіз зародився в кінці 60-х років ХХ ст. і спочатку застосовувався для оцінки і планування напрямків діяльності диверсифікованих компаній. Одним з засновників стратегічного аналізу є І. Ансофф, який запропонував методіку вибору портфельних стратегій. Пізніше інструментарій стратегічного аналізу був доповнений методами коротко- і довгострокового прогнозування, аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища підприємств, вибору стратегій їх розвитку.

Сучасні вчені по-різному трактують визначення стратегічного аналізу. З.І. Галушка та І.Ф. Комарницький вважають, що стратегічний аналіз проводиться з метою визначення стратегії розвитку підприємства та ґрунтується на дослідженні внутрішнього та зовнішнього середовища [1, с. 98]. Т.В. Головка стверджує, що стратегічний аналіз є початковим етапом розробки стратегії діяльності підприємства, яка ґрунтується на дослідженні та оцінюванні внутрішнього та зовнішнього середовища, в якому знаходиться підприємство [2, с. 8–10]. М.І. Ковальчук зазначає, що стратегічний аналіз – це сукупність способів вивчення досягнутого рівня й стану господарської діяльності, а також її варіантів на основі даних обліку, звітності, нормативних даних з метою визначення ефективніших варіантів стратегії ведення господарства [3, с. 17]. На думку І.В. Зенкіної, «стратегічний аналіз – це системне дослідження і оцінка чинників зовнішнього бізнес-середовища, економічного потенціалу та стратегії розвитку підприємства з метою визначення його поточної ринкової позиції, виявлення перспективних шляхів розвитку і обґрунтування оперативної-тактичних управлінських

рішень по досягненню стратегічних цілей компанії в умовах високої невизначеності і динаміки ринкового середовища» [4, с. 240]. Окремі автори зводять стратегічний аналіз до оцінки розвитку підприємства з урахуванням стратегії його функціонування. Інші вважають, що стратегічний аналіз – це дослідження потенціалу підприємства (його внутрішніх можливостей) і чинників зовнішнього середовища, важливих для розробки стратегії розвитку. Треті пропонують розглядати стратегічний аналіз як самостійну наукову дисципліну, що має предметом дослідження стратегічні альтернативи, спираються на діалектико–матеріалістичний підхід у пізнанні дійсності і з практичної точки зору забезпечують підтримку стратегічного менеджменту на всіх етапах управлінського циклу.

Як зазначає Р.Ф. Бруханський, при побудові системи стратегічного управління підприємств слід використовувати інтегрований підхід, який дозволить поєднати облікову стратегічно орієнтовану інформаційну систему та систему стратегічного аналізу. Стратегічний аналіз має «заповнити» ті прогалини в інформаційному забезпеченні стратегічного управління, що залишатиме за собою система бухгалтерського обліку, якій має належати пріоритетна роль. Для побудови стратегічно орієнтованої системи обліку слід внести зміни до структури предмета та елементів методології традиційної облікової системи з врахуванням впливу цих змін загалом на процес її функціонування як елемента системи управління підприємством [5, с. 47–48].

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. Розробка моделі стратегічного аналізу базується на таких

елементах: навколишнє середовище, цінності та принципи підприємства, бачення і стратегічний горизонт розвитку, власники, ринок збуту, ресурси, конкуренти, керівництво (менеджмент) і підприємство. При цьому особливе значення мають взаємозв'язки між цими елементами, оскільки вони використовуються для аналізу. Перевірка стратегії передбачає визначення:

- цінностей, що покладені в основу бізнесу;
- типу реалізованого бачення і місії підприємства;
- критеріїв стратегічного і оперативного планування;
- характеристики середовища, що лежать в основі стратегії;
- існуючих і нових стратегічних сфер діяльності підприємства;
- доцільності пропозиції існуючих і нових видів продукції;
- вимог, що лежать в основі розробки нових видів продукції;
- існуючих і нових груп клієнтів, які потребують обслуговування;
- критеріїв, що використовуються для аналізу нових ринків;
- чинників, пріоритетних для клієнтів (ціни, якість, сервіс);

- чинників, що становлять конкурентну перевагу;
- очікувань власників.

Отже, стратегічний аналіз дає можливість вибрати напрямок подальшого розвитку підприємства. Без певної стратегії у підприємства не буде обґрунтованого плану його подальшої діяльності і наміченої програми досягнення бажаного ефекту. Стратегічний аналіз – початковий етап вибору стратегії подальшого функціонування підприємства, що базується на вивченні й оцінці внутрішнього і зовнішнього середовищ підприємства.

Список використаних джерел

1. Галушка, З.І. Стратегічний менеджмент [Текст] / З.І. Галушка, І.Ф. Комарницький. – Чернівці, 2006. – 247 с.
2. Головка, Т.В. Стратегічний аналіз [Текст] / Т.В. Головка, С.В. Сагова ; За ред. М.В. Кужельного. – К. : КНЕУ, 2002. – 198 с.
3. Ковальчук, М.І. Стратегічний аналіз у сільському господарстві / М.І. Ковальчук. – К. : КНЕУ, 2003. – 259 с.
4. Зенкина, И.В. Основные атрибуты реализации системного подхода в стратегическом анализе хозяйствующего субъекта [Текст] : И.В. Зенкина // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). – 2009. – № 29. – С. 239–245.
5. Бруханський, Р.Ф. Облік і аналіз у системі стратегічного менеджменту аграрного підприємництва [Текст] : монографія / Р.Ф. Бруханський. – Тернопіль : ТНЕУ, 2014. – 384 с.
6. Пуцентейло, П.Р. Особливості функціонування аналітичного забезпечення підприємств [Текст] / П.Р. Пуцентейло // Інноваційна економіка. – 2015. – № 1 (56). – С. 194–198.
7. Пуцентейло, П.Р. Аналітичне забезпечення діяльності підприємства / П.Р. Пуцентейло // Сталий розвиток економіки. – 2015 – № 1 (26). – С. 168–174.
8. Сава, А.П. Концептуальні основи визначення збалансованого економічного розвитку [Текст] / А.П. Сава // Часопис економічних реформ. – 2014. – № 4. – С. 16–19.



Демченко Іван

к.е.н., доцент

Таврійський державний агротехнологічний університет

м. Мелітополь

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ТА ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Серед актуальних викликів сучасних умов господарювання залишається необхідність забезпечення фінансової безпеки суб'єктів господарювання та реалізації їх фінансового потенціалу. Особливого значення набувають інструменти й методи нейтралізації загроз зовнішньоекономічної діяльності та несприятливих національних факторів факторів. Водночас, вдало виконані оптимізаційні заходи дозволяють сподіватися на стрімке поживлення попиту, зростання доступності кредитного забезпечення, а також підвищення ефективності господарювання.