

ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Медведев В. С., студ., Зайцева О. В., к.э.н., доц., Горовой С. О., асс.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

В современных условиях ключевым аспектом развития любой организации является анализ рыночной ситуации и прогнозирование тенденций ее развития. Это необходимо для определения правильных целей и эффективных стратегий достижения успеха, учитывая особенности построения и реализации бизнес-процессов организации. В основе всего стратегического процесса заложена стратегия, правильный выбор и эффективная реализация которой активируют научно-технический, производственный, финансовый, социальный и организационный потенциалы организации, обеспечивая повышение эффективности и результативности бизнеса [1, с. 137].

Стратегический анализ – это одна из главных функций стратегического менеджмента, которая включает в себя всесторонний анализ факторов внешней и внутренней среды организации [1, с. 138]. Целью стратегического анализа выступает необходимость понимания причин возникшей стратегической проблемы и определение возможных путей ее решения. Конкретные методы и инструменты анализа стимулируют глубину понимания фундаментальных вопросов конкурентного преимущества, потребностей клиентов, организационных способностей и основ конкуренции и при этом не ограничивают их инноваций, гибкости и умения извлекать выгоду при любых обстоятельствах [2, с. 397]. В управленческой практике наибольшее распространение получили аналитические методы, которые позволяют идентифицировать, классифицировать и понимать принципиальные факторы, имеющие отношение к стратегическим задачам [1–2]. Рациональный подбор методов и в целом грамотно проведенный стратегический анализ становится значимым конкурентным преимуществом организации, поскольку наделяет ее актуальной и полезной информацией (например, относительно положения организации в конкретной отрасли) для принятия важных управленческих решений в долгосрочной перспективе. Следовательно, выбор и реализация стратегии должны базироваться на тщательном анализе данных, полученных в результате стратегического анализа, и на способности осуществить рациональный выбор среди множества доступных вариантов реализации стратегического управления. Вместе с тем, необходимо учитывать, что на стратегический выбор влияют самые разнообразные факторы: экономические риски, опыт применения различных стратегий в прошлом, временной фактор, мотивация работников, необходимость проведения организационных изменений, др. [1–3]. Однако окончательная стратегическая альтернатива принимается в результате группового решения менеджеров, обладающих компетенциями в соответствующей области [3, с. 101], и предполагает определение основных проблем, с которыми столкнулась компания, установление причин их возникновения. Таким образом, стратегический анализ – это непрерывный процесс, требующий постоянного мониторинга и анализа со стороны топ-менеджмента, и его качество определяет долгосрочную перспективу развития организации, что в совокупности позволяет ей успешно адаптироваться к изменяющимся условиям внешней среды и достичь своих целей.

Список использованных источников

1. Рябов, А. А. Стратегический анализ состояния и направлений развития предприятия / А. А. Рябов // Вестник науки. – 2023. – Т.3, № 11 (68). – С. 136–142.
2. Власова, А. Д. Стратегический анализ деятельности организации / А. Д. Власова, С. А. Воробьева // Экономика и социум. – 2015. – № 6–1 (19). – С. 395–401.
3. Гаршин, А. С. Особенности стратегического управления / А. С. Гаршин // Молодой ученый. – 2017. – № 26 (160). – С. 99–102.