

Мещерякова Александра Евгеньевна

студентка

ФГАОУ ВО «Самарский национальный исследовательский университет
им. академика С.П. Королева»
г. Самара, Самарская область

ОБЩИЕ ПОНЯТИЯ И ЦЕЛИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Аннотация: в статье рассматриваются общие понятия и цели стратегического анализа. Автором приводятся различные точки зрения на решение проблемы.

Ключевые слова: стратегический анализ, проектная деятельность, стратегическое управление, стратегический менеджмент.

Начать характеристику стратегического анализа уместно с определения стратегического управления. Итак, стратегия исходит из реальных возможностей деятельности фирмы. Поэтому стратегия – это прежде всего реакция организации на объективные внешние и внутренние обстоятельства ее деятельности. Стратегия включает в себя совокупность направлений и глобальных идей развития фирмы во времени.

Стратегическое управление соответственно представляет собой процесс, который опирается на человеческий потенциал как основу организации, ориентирует производственную деятельность на запросы потребителей, гибко реагирует и проводит своевременные изменения в организации, отвечающие вызову со стороны окружения и позволяющие добиваться конкурентных преимуществ, что в совокупности дает возможность организации выживать в долгосрочной перспективе, достигая при этом своих целей.

Стратегический анализ является одним из ключевых аналитических элементов стратегического управления, поскольку в значительной мере определяет стратегические возможности и перспективы развития компании, позволяет частично снять неопределенность при принятии стратегических решений.

Стратегический анализ обеспечивает эффективность стратегических решений и действий, что напрямую отражается на конкурентоспособности компании.

Цель анализа состоит в том, чтобы разработать общую картину внутренних воздействий и ограничений, накладываемых на стратегический выбор. Внутренний анализ сосредотачивается на двух областях: выявление сильных и слабых сторон организации и определение ожиданий и возможностей влиять на процесс стратегического планирования владельцев (акционеров) и персонала.

К инструментам стратегического анализа относятся:

- формальные модели и количественные методы;
- самостоятельный творческий анализ, основанный на специфике данной организации, аналитических и интуитивных способностях менеджеров и планировиков.

Формальные методы и модели в определенной степени утратили свою популярность в 80-е годы. Однако это не означало отказ от них, а выразилось в том, что сегодня методы стратегического анализа применяют с большей осторожностью, с учетом конкретных обстоятельств.

Стратегический анализ зародился в конце 1960-х годов. В это время крупные фирмы и большинство средних превратились в комплексы, которые объединили в себе выпуск разнородной продукции и выходили на многие товарные рынки. Однако рост продолжался уже далеко не на всех рынках, а некоторые из них даже были не перспективными. Такое расхождение возникло из-за различий в степени насыщения спроса, изменением экономических, политических и социальных условий, растущей конкуренцией и быстрыми темпами обновления технологий. Развитие взглядов на планирование как функцию управления связано с работами представителей классической школы: в Великобритании – Л. Урвика (1928, 1943 гг.), во Франции – с А. Файолем (1916 г.), в США – с Л. Гьюликом (1937 г.) и Л.Э. Алленом (1958 г.) и другими.

Стало очевидно, что продвижение в новые отрасли не поможет компании решить свои стратегические проблемы или использовать весь свой потенциал. Ситуация требовала от управляющих радикального изменения угла зрения. В

таких условиях на смену экстраполяции пришло стратегическое планирование и портфельный анализ.

Стратегический анализ может быть разделен на два основных этапа:

- 1) сравнение намеченных фирмой ориентиров и реальных возможностей, предлагаемых средой, анализ разрыва между ними;
- 2) анализ возможных вариантов будущего фирмы, определение стратегических альтернатив.

Когда стратегические альтернативы определены, фирма приступает к завершающему этапу разработки стратегии – выбору определенного варианта стратегии и подготовке стратегического плана. В завершении работы обозначим роль и место стратегического анализа в современных условиях рыночной экономики.

Итак, по своей сути стратегический анализ является этапом предплановых исследований, на котором системно анализируются факторы внешней, деловой окружающей среды и ресурсного потенциала предприятия (внутренних возможностей) для определения «текущего состояния дел» на предприятии и выявления условий для его дальнейшего успешного развития в условиях рыночного хозяйствования. Таким образом, на этапе анализа создается необходимая информационная база, позволяющая наиболее эффективным образом провести процесс целеполагания и выбора альтернатив.

Список литературы

1. Зуб А.Т. Теория менеджмента: учебник для бакалавров / А.Т. Зуб. – М.: Питер. 2020. – 672 с.
2. Карпов А.В. Психология менеджмента: учебник для академического бакалавриата / А.В. Карпов. – М.: Юрайт. 2019. – 482 с.
3. Стратегический анализ деятельности туристической компании ООО «ТурноТрансТревэл» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://revolution.allbest.ru/management/00415681_0.html (дата обращения: 15.06.2020).