

Тюренкова К.В.
здобувач вищої освіти факультету менеджменту,
Кушнірук В.С.
к.е.н., доцент,
Миколаївський національний аграрний університет,
м. Миколаїв

ІНСТРУМЕНТИ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ ТА ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Прогнозування розвитку бізнесу є невід'ємною складовою стратегічного управління підприємством, адже саме воно забезпечує основу для формування довгострокових цілей і визначення шляхів їх досягнення. У сучасних умовах ринкової економіки, коли підприємства стикаються з постійними коливаннями попиту, змінами у законодавстві, нестабільністю фінансових ринків та швидким розвитком технологій, здатність передбачати майбутні тенденції стає одним із ключових факторів успіху.

Прогнозування дозволяє своєчасно оцінити перспективи розвитку галузі, визначити можливості для розширення діяльності, підвищення ефективності використання ресурсів та зростання прибутковості. Одночасно воно допомагає ідентифікувати потенційні загрози для бізнесу, зокрема ризики, пов'язані з нестабільністю макроекономічного середовища, появою нових конкурентів чи змінами у споживчих вподобаннях. Завдяки цьому підприємство отримує змогу розробити адаптивну стратегію, яка забезпечує стійкість у мінливих умовах.

Серед різноманітних інструментів стратегічного планування особливу роль відіграє SWOT-аналіз - метод оцінки сильних і слабких сторін компанії, а також її можливостей і загроз. Він є базовим інструментом, який дозволяє не лише відобразити поточний стан підприємства, а й визначити перспективні напрямки його розвитку [1].

Завдяки простоті використання та універсальності SWOT-аналіз підходить для організацій будь-якого масштабу. Метод допомагає ідентифікувати сильні сторони та стратегічні переваги компанії, проте важливо враховувати й слабкі сторони, особливо у випадках суб'єктивності оцінок або недостатньої глибини аналізу. Ефективність SWOT-аналізу значно зростає, якщо його поєднувати з іншими аналітичними підходами та методиками.

SWOT-аналіз застосовують різні типи організацій - від малих підприємств до великих міжнародних корпорацій. Його використовують у різних сферах діяльності, зокрема при розробці нових продуктів, освоєнні нових ринків, а також для управління змінами та оцінки ризиків у компанії [2].

Ефективність SWOT-аналізу визначається конкретним контекстом і особливостями ситуації. Метод особливо корисний для визначення стратегічних напрямків у періоди суттєвих змін на ринку або при оцінці нових бізнес-

ініціатив. У стабільних умовах, коли зміни мінімальні, застосування SWOT-аналізу може давати менший ефект [3].

Ще одним важливим інструментом є аналіз PESTEL, який дозволяє оцінити фактори макросередовища, що впливають на галузь та діяльність бізнесу. Назва PESTEL розшифровується як політичні, економічні, соціальні, технологічні, екологічні та правові чинники. Ці зовнішні сили формують можливості та загрози для компанії і є важливим доповненням до SWOT-аналізу.

При проведенні стратегічного аналізу доцільно використовувати обидва інструменти, оскільки вони взаємодоповнюють один одного. PESTEL-аналіз допомагає оцінити фактори зовнішнього середовища, що впливають на діяльність підприємства, тоді як SWOT-аналіз дозволяє розглянути компанію у контексті зовнішніх і внутрішніх умов, зокрема виявити слабкі сторони, які могли залишитися поза увагою при проведенні PESTEL-аналізу [4].

Отже, прогнозування та стратегічний аналіз є необхідними умовами ефективного розвитку підприємства в умовах динамічного та мінливого ринку. Вони дозволяють завчасно виявляти потенційні можливості, оцінювати ризики й розробляти стратегії, що відповідають сучасним викликам. SWOT-аналіз дає змогу визначити внутрішні сильні сторони та проблемні зони бізнесу, що потребують удосконалення, тоді як PESTEL-аналіз формує цілісне уявлення про зовнішні фактори макросередовища, які безпосередньо впливають на діяльність підприємства.

Поєднання цих інструментів забезпечує комплексність стратегічного планування, сприяє зменшенню рівня невизначеності та оптимізації управлінських рішень. Це створює міцну основу для підвищення конкурентоспроможності підприємства, зміцнення його ринкових позицій та забезпечення довгострокового стабільного розвитку.

Список використаних джерел

1. Копчак Ю.С., Лобунець Т.В., Луковський Р.І. Swot-аналіз як важливий інструмент у розробці стратегії бізнесу. *Економіка та суспільство*. Випуск 61. 2024. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-146>
2. Kotler, P., & Keller, K.L. Marketing management (Global Edition, 15th ed.). 2021. URL: <https://www.edugonist.com/wp-content/uploads/2021/09/Marketing-Management-by-Philip-Kotler-15th-Edition.pdf> [in English]
3. Porter, M. E.. Towards a dynamic theory of strategy. *Strategic Management Journal*, Winter 1991. 12. С. 97-117. DOI: <https://doi.org/10.1002/smj.4250121008> [in English]
4. Гудзь Ю., Карпенко В. Pest-аналіз в системі маркетингового аналізу аграрних підприємств. *Економічні науки*. С. 260-264. URL: <https://heraldes.khmnu.edu.ua/index.php/heraldes/article/view/592/605>