

Тютюнник Юрій Михайлович,

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри економічної теорії та економічних досліджень,

Полтавська державна аграрна академія

УДК 338.24

АНАЛІЗ СТРАТЕГІЧНОГО «РОЗРИВУ» ЯК НОРМАТИВНИЙ МЕТОД СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ

Аналіз стратегічного «розриву» (стратегічної прогалини, GAP-аналіз) – нормативний метод стратегічного аналізу, метою якого є визначення існування розриву між цілями фірми та її можливостями. Якщо такий розрив є, слід встановити як «заповнити» його.

Найчастіше між цілями та можливостями росту, що надає економічне середовище підприємству, існує певний розрив (інтервал), який у стратегічному аналізі називають стратегічною прогалиною.

Стратегічна прогалина – це інтервал між можливостями, зумовленими наявними тенденціями зростання підприємства та бажаними орієнтирами, необхідними для розв’язання нагальних проблем зростання та зміцнення економічного становища підприємства в довгостроковій перспективі. Існування стратегічного «розриву» (чи прогалини) не слід оцінювати негативно, адже такий розрив – це простір для саморозвитку підприємства, поле для стратегічних рішень, які мають прийняти керівники підприємства для вирішення виявлених проблем із метою наближення наявних тенденцій розвитку в бажані [2, с. 80].

Етапами здійснення аналізу «розриву» є:

- встановлення основного параметра з позицій досягнення підприємством його довгострокових цілей, наприклад, збільшення частки ринку;
- визначення конкретних показників стратегічного плану, що відповідають основному інтересу підприємства;
- встановлення різниці (інтервалу) між показниками стратегічного плану і можливостями, які диктуються реальним положенням і наявними тенденціями

зростання підприємства;

- розроблення заходів із заповнення виявленого розриву.

На нашу думку, специфічними заходами заповнення стратегічного «розриву» можуть бути: перерозподіл ресурсів із неперспективних напрямів діяльності; реалізація заходів щодо підвищення конкурентоспроможності підприємства; пошук нових можливостей зростання (оновлення чи розширення асортименту, заповнення нових ринків); інновації різних типів; злиття, поглинання, реструктуризація або ліквідація окремих підсистем підприємства (стратегічних одиниць бізнесу) з метою досягнення синергетичного ефекту.

У цілому напрями заповнення стратегічного «розриву» поділяються на три групи [2, с. 81]:

- 1) намагання досягти бажаних результатів;
- 2) відмова від найбільш амбіційних планів на користь реальної ситуації;
- 3) покладання надії на покращення ситуації без докладання зусиль.

Інший спосіб застосування аналізу стратегічного «розриву» – це визначення різниці між найбільш високими очікуваннями та найбільш скромними прогнозами. Наприклад, якщо хотілося б отримати рентабельність 25%, але аналіз показує, що реалістична величина – 15%, потрібно прийняти заходи щодо заповнення розриву в 10 відсоткових пунктів. Це заповнення можна здійснити кількома способами, наприклад: за рахунок зниження рівня витрат і досягнення бажаних 25%; за рахунок відмови від найбільш амбіційних планів на користь 15%.

Отже, аналіз стратегічного «розриву» є основою для оцінювання можливих альтернатив і розроблення варіантів стратегічного плану.

Список використаних джерел:

1. Гордієнко П. Л. Стратегічний аналіз : [навчальний посібник] / 2-ге вид., перероб. і доп. / Гордієнко П. Л., Дідковська Л. Г., Яшкіна Н. В. – К. : Алеута, 2008. – 478 с.

2. Сич Є. М. Стратегічний аналіз : [навчально-методичний посібник] / Сич Є. М., Пилипенко О. В., Стасишен М. С. – К. : Каравела, 2010. – 304 с.