

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ БІЗНЕСУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Важливим поштовхом розвитку економіки є система факторів формування ефективної діяльності бізнесу, які в більшій мірі потребують уваги та коригування їх керованої частини з урахуванням впливу на соціально-економічний розвиток країни. Управління будь-яким підприємством неможливе без планування його господарської діяльності, яке відбувається за результатами та висновками стратегічного аналізу. Швидкий та різноспрямований розвиток взаємозв'язків «людина-бізнес-держава» також спонукає вчених і фахівців-практиків звертатись як до правових норм, так і до морально-етичних аспектів. Наявність великої кількості різноманітних конфліктів в економічній сфері активізує систему пошуку механізмів і способів, за допомогою яких можна якщо не повністю ліквідувати їх, то хоча б ввести в цивілізовані рамки і додати їх рішенню конструктивний характер. Ефективність таких процесів підвищується при побудові взаємовідносин бізнесу з основними стейкхолдерами (конкурентами, постачальниками, податковими органами, персоналом тощо) на морально-етичній основі, що також напряму стосується підходів до здійснення стратегічного аналізу діяльності підприємницьких структур.

До проблемної області формування інформаційного та методичного забезпечення стратегічного аналізу діяльності бізнесу віднесено питання, пов'язані з:

1) доступністю інформаційних джерел (їх наявність, достатність, необхідність додаткового витрачання коштів тощо);

2) наявністю програмного забезпечення для здійснення розрахунків, визначення кінцевих результатів та їх аналітичної обробки;

3) формуванням і вирішенням конфліктних ситуацій (на мікро-, мезо- та макрорівні), що тягне за собою отримання достовірних вихідних даних для аналізу;

4) етикою бізнесу, яка включає наступні елементи: етика менеджменту, ділових переговорів, особиста та ділова культура підприємця тощо. Її завданням є моделювання діяльності підприємства, оцінювання наслідків управлінських рішень, уникнення провалів через некомпетентність або недосвідченість. Також етику бізнесу можна розглядати в якості зовнішнього фактору формування його ефективності, якщо враховувати світовий (принципи міжнародного бізнесу) та макрорівень (етичні постулати, зміст яких розкривається у галузевих та національних кодексах) ділових відносин. При цьому слід пам'ятати, що правове поле в певній державі лише в загальних вимірах визначає принципи відносин у підприємницькій діяльності, велике значення при цьому має людський фактор. Яскравим прикладом цього можуть бути кібербезпека та кіберзлочини;

5) реалізацією стратегічного позиціонування бізнесу (конкурентна та маркетингова політика, онлайн позиціонування бізнесу; ІТ-інструменти активізації продажів тощо). Окремо можна наголосити на доцільності добросовісної конкуренції. Негативний характер зворотної ситуації виявляється, перш за все, спотворенні реальної картини розвитку торговельно-економічних зв'язків між країнами, виводячи на перше місце не комерційні, а виключно податкові міркування. В масштабах країни для суб'єктів бізнесу, які не займаються зовнішньоекономічною діяльністю, мова може йти про відношення до тіньового сектору економіки. А звідси – подвійність бухгалтерії, непрозорість діяльності та її результатів, що створює суттєві обмеження у застосуванні більшості інструментів стратегічного аналізу;

6) застосуванням концепції соціальної відповідальності бізнесу як основи стратегічного управління підприємством. Результатом побудови бізнесу на принципах соціальної відповідальності стають життєздатні соціальні проекти, за допомогою яких підприємницька

структура інвестує в розвиток територій своєї присутності й реалізує важливі громадам ініціативи, отримуючи від цього найбільший соціальний та економічний ефект [2]. Врахування таких переваг має бути ключовим при застосуванні методів та прийомів стратегічного аналізу, особливо з приводу тих, які ляжуть в основу обґрунтування стратегій розвитку підприємницьких структур.

Підприємець має завжди співвідносити витрати на стратегічний аналіз з користю його результатів. І це має бути дійсно гнучкий процес. Наприклад, податкова політика виступає зовнішнім фактором впливу як на національне бізнес-середовище, так і на перспективу залучення іноземного капіталу. Обрана її модель є одним з ключових факторів впливу на національний імідж в цілому, та бізнесу зокрема. Особливостями сучасного періоду є ситуаційні зміни, спричинені пандемією коронавірусу. Вони різняться від країни до країни, але все ж таки є певні спільні риси податкової підтримки населення та бізнесу в європейських країнах та Україні:

- передбачення відстрочки податкових платежів як для фізичних, так і для юридичних осіб без застосування штрафних санкцій;
- перенесення строків подачі податкової звітності;
- мораторій на проведення податкових перевірок на визначений строк;
- соціальні виплати суб'єктам підприємницької діяльності (у 2020 р. передбачені виплати для ФОП 1-2 груп платників єдиного податку, які мають дітей до 10 років при дотриманні певних умов);
- звільнення від сплати певних податків підприємств, що працюють або постраждали в період карантину (наприклад, ЄСВ) тощо.

Подібні заходи не тільки стосуються економічної безпеки, а й зміцнюють економічний імідж, не відлякуючи іноземних представників бізнесу чи інвесторів. І тут вже не про піар. Змінились і ролі бізнесу, і їх ціннісне відношення до того, що відбувається, і, звісно, маркетингові заходи, які впливають на результати, в тому числі податкові бази. Серед них: позитив в подачі інформації, дистанційне обслуговування та доставка, безготівковий розрахунок, зміна (доповнення) асортименту відповідно до потреб (продуктові та гігієнічні набори, виготовлення захисних аксесуарів /одягу, детальний огляд товару через сайт, консультування, налагодження сайтів та програмного забезпечення для дистанційної роботи, знижки на певні категорії товарів, безкоштовна доставка поштою, просто зняття стресу шопінгом та ін. Так, дійсно, більшість з цих заходів спрямовані на збереження діяльності самих підприємств. Таку модель поведінки бізнесу можна спостерігати і в Україні, і в Європі. Але ж є і інша сторона медалі – підтримка економічного потенціалу, збереження робочих місць, товарне забезпечення потреб населення, що в цілому знижує рівень паніки, створює цінову конкуренцію, підтримує споживання, що, до речі, забезпечує надходження до бюджету непрямих податків.

Отже, зазначене дозволяє виділити наступні особливості стратегічного аналізу бізнесу в сучасних умовах: врахування характеру конфліктів в економічній сфері, необхідність розгляду висновків через призму концепції соціальної відповідальності; потреба в адаптації інструментарію стратегічного аналізу до сучасних умов, в тому числі в перегляді довірчих інтервалів у матричних методах; розширення сфер застосування експертних методів та нелінійного моделювання; доцільність у комбінації різних методів аналізу та постійного перегляду їх складу з погляду застосовності в змінних умовах.

Список використаних джерел

1. Давискіба К.В. Податкова культура і проблеми її формування в сучасних умовах [Електронний ресурс] / К.В. Давискіба, В.В. Карпова, О.В. Ревенко // Інфраструктура ринку. – 2018. - №19. - Режим доступу до ресурсу: <http://www.market-infr.od.ua/uk/19-2018>
2. Інполітова І.Я., Ревенко О.В. Соціальна відповідальність бізнесу: стратегічний та інвестиційний аспекти // Інфраструктура ринку. – 2020. – № 42. URL: [http:// market-infr.od.ua/ua/uk/42-2020](http://market-infr.od.ua/ua/uk/42-2020)