


**Що таке бізнес-аналіз і для чого він потрібен?** В першу чергу бізнес-аналіз потрібен для власників та топ-менеджменту підприємства, щоб зрозуміти як працює підприємство, який поточний стан справ з реалізації бізнес-цілей, щоб оцінити можливості компанії до реалізації її стратегічних цілей, як використати наявні можливості та потужності, що потрібно змінити в організаційній структурі, методологічних підходах, технічному плані, які продукти та послуги, що будуть користуватись попитом, слід впровадити на найближчу перспективу.

**Бізнес-аналіз може проводитись** як для оцінки існуючого стану справ в компанії (організації, підприємстві), так і для цілей визначення майбутніх потреб. В більшості випадків бізнес-аналіз проводиться з метою окреслення шляхів вирішення бізнес-потреб, бізнес-цілей, чи подолання перешкод на шляху до реалізації цих цілей. Комплекс рішень - це набір необхідних змін для забезпечення вирішення проблем, задоволення потреб, отримання конкурентних переваг чи використання наявних можливостей.

Для забезпечення всебічної оцінки компанії проводиться **SWOT – аналіз**, що дозволяє визначити сильні та слабі сторони, оцінити можливості та потенційні загрози. Метою бізнес-аналізу є підсилити та укріпити сильні позиції, послабити вплив та мінімізувати

наслідки від негативних факторів, при цьому максимально ефективно використати потенціал та можливості компанії. Результати бізнес-аналізу є неоціненними для побудови стратегії розвитку компанії на коротко чи довгострокову перспективи.

**Компанія «Айтіко» здійснює бізнес-аналіз та бізнес-планування за міжнародними стандартами BABOK***, розробленими Міжнародним інститутом бізнес-аналізу (Канада, США).

**Бізнес-аналіз включає узагальнено наступні розділи:**

- Історія і сучасний стан підприємства,

- Ринок і конкуренція,

- Цінова політика,

- Реклама та просування товару,

- Прогноз продажу,

- Аналіз балансу (Balance Sheet),

- Аналіз управлінської звітності (Profit&Loss Statement),

- Аналіз грошових потоків (Cash Flow),

- Аналіз рівня рентабельності,

- Фінансові ризики,

- Контроль діяльності,

- Підготовка бізнес-плану.

**Бізнес-аналіз здійснюється в наступні етапи:**

1. Підготовка до проведення бізнес-аналізу (визначення підходів, проведення інтерв`ю з інвесторами, планування проведення бізнес-аналізу, вибір технік проведення бізнес-аналізу, планування побудови комунікацій, побудова процесу управління вимогами, управління бізнес-аналізом).

2. Проведення оцінки (підготовка до проведення оцінки, проведення оцінки, документування результатів оцінки, підтвердження результатів оцінки).

3. Управління вимогами та комунікаціями (управління рішеннями, підготовка пакету вимог, побудова принципів комунікації).

4. Аналіз підприємства (визначення потреб, оцінка можливостей, визначення підходів, визначення сфери застосування рішень, визначення бізнес-кейсів).

5. Бізнес-аналіз (визначення пріоритетних сфер, організація, специфікація та моделювання вимог, визначення можливостей та обмежень, верифікація вимог, визначення цілей).

6. Оцінка рішень та визначення компетенцій (аналітичний підхід, бізнес-знання, комунікативні навики, інтерактивні комунікації, IT-рішення).