

УДК 658

ПРИМЕНЕНИЕ SWOT-АНАЛИЗА ДЛЯ ОЦЕНКИ СЛАБЫХ И СИЛЬНЫХ СТОРОН ОРГАНИЗАЦИИ

Михайлов В.В. студент гр. УКб-181, IV курс
Научный руководитель: Россиева Д.В., ст.преп.
Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева, г. Кемерово

SWOT – анализ, это метод маркетингового исследования деятельности предприятия на рынке. Вместе с тем специалистами, знакомыми с методикой и результатами его применение не понаслышке, сделан вывод о том, что его можно отнести и к методам экономического анализа. Ведь целью SWOT-анализа является принятие решений в интересах улучшения функционирования предприятия или рынка. Впервые речь о данном методе планирования пошла в 1963 году в Гарварде на конференции по проблемам бизнес политики, его озвучил профессор К. Эндрюс. В современном менеджменте этот метод уже приобрел популярность [1].

Для того чтобы понять, эффективен ли SWOT – анализ как инструмент, в первую очередь нужно понять технологию его проведения.

В последнее время в области менеджмента качества возрос интерес к разным методам анализа, в частности к SWOT - анализу. Существует много литературы по теории и практике применения SWOT - анализа. В статье изучены и проанализированы большое количество разных источников, посвящённых SWOT - анализу, что позволило осветить вопросы маркетингового исследования через SWOT - анализ для принятия стратегического решения, его место в методах исследования, технологию проведения, область применения, а также его преимущества и недостатки, что позволит оценить необходимость этого метода и выделить моменты, требующие совершенствования.

В полном объеме стратегический анализ доступен лишь очень крупным компаниям. Однако в условиях динамично изменяющейся среды, даже для сравнительно небольших предприятий, одной интуиции руководителя становится недостаточно для успешных действий на рынке. Как показывает практика, многие аналитики и экономисты-менеджеры, работающие в режиме недопущения предприятия до кризисного состояния, используют именно этот вариант, недопонимая исследовательского предназначения SWOT-анализа. Только при ясном представлении о целях деятельности предприятия, их своевременной корректировке в соответствии с изменениями внешней среды четкое распределение материальных и людских ресурсов может обеспечить успешную работу предприятия. Для выявления факторов, влияющих на деятельность предприятия со стороны внутренней и внешней среды и проводится SWOT-анализ. SWOT-анализ имеет управленческую и

стратегическую ценность, так как связывает воедино факторы внутренней и внешней среды и сообщает, какие ресурсы и возможности понадобятся компании в будущем [2].

Целью SWOT – анализа является получение четкого представления основных направлений развития организации через систематизацию имеющейся информации о сильных и слабых сторонах фирмы, а также потенциальных угрозах. [1].

Можно выделить следующие задачи SWOT-анализа:

- выявить сильные и слабые стороны предприятия и сравнить их с конкурентами;
- выявить возможности и угрозы внешней среды;
- связать сильные и слабые стороны с возможностями и угрозами;
- сформулировать основные направления развития предприятия.

SWOT-анализ является индикатором эффективности работы предприятия. В результате SWOT-анализа, разрабатывается маркетинговая стратегия для последующих проверок. [3].

Также, рассмотрим достоинства SWOT-анализа:

- данный анализ является универсальным, поскольку может быть применим в разных сферах управления и экономики;
- SWOT является гибким методом со свободным выбором анализируемых элементов в зависимости от поставленных целей;
- SWOT можно применять для стратегического планирования на достаточно длинный период времени;
- использование этого метода не требует специального образования.

На примере фитнес клуба рассмотрим применение SWOT-анализа (рис.1).



Рис. 1. SWOT-анализа фитнес клуба

Анализ показал, что большинство клиентов фитнес-клубов предпочитают заниматься в достаточно больших фитнес-клубах, оснащенных качественным оборудованием и предоставляющих широкий спектр услуг, что создаёт знаковые предпосылки для расширения бизнеса. Среди узких мест следует особо отметить острый дефицит квалифицированных тренеров, который отчасти сдерживает развитие рынка. Действующие фитнес-клубы решают кадровые проблемы самостоятельно [4].

В рамках работы также применялись и другие современные методы исследования, а также комплекс статистических инструментов. По итогу выполненного анализа, получены следующие результаты: - выявлены наиболее сильные конкуренты рассматриваемого фитнес-клуба; - выявлены слабые стороны рассматриваемого клуба; - определены возможности для улучшений и разработан комплекс мероприятий для их реализации.

Анализ дает понимание того, что ключевым фактором, на котором следует сосредоточить анализ стратегии – разработка комплекса услуг, позволяющего привлечь новых состоятельных клиентов.

Таким образом, в результате проведения SWOT-анализа были выявлены сильные, слабые стороны компании, его возможности и угрозы. Также проведена экспертная оценка состояния организации и даны рекомендации, необходимые для дальнейшего эффективного развития данной организации и рационального использования имеющихся ресурсов.

Список литературы:

1. Изосимов С.В., Шевченко А.Л. Метод SWOT-анализа: его место в методах исследования, преимущества и недостатки // Экономикс. 2013. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metod-swot-analiza-ego-mesto-v-metodah-issledovaniya-preimuschestva-i-nedostatki>.
2. Богомолова В.Г. SWOT-анализ: теория и практика применения // Экономический анализ: теория и практика. 2004. №17. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/swot-analiz-teoriya-i-praktika-primeneniya>.
3. Полякова С.В., Россиева Д.В. Современные тенденции в управлении качеством на российских предприятиях. Россия молодая. Сборник материалов XII Всероссийской, научно-практической конференции молодых ученых с международным участием. Кемерово, 2020. С. 31706.1-31706.3.
4. Грант, Р.М. Современный стратегический анализ / Р.М. Грант; пер.с англ. под ред. В.Н. Фунтова. – 5-е изд., перераб. и доп. – СПб.: Питер, 2008. – 560 с.
5. Голофастова, Н. Н. Роль инноваций технических университетов в обеспечении технологического лидерства регионов / Н. Н. Голофастова, Д. М. Дубинкин, Е. А. Григорьева // Вопросы региональной экономики. – 2021. – № 3(48). – С. 25-30.