

УДК 338.984

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ SWOT-АНАЛИЗА В СТРАТЕГИЧЕСКОМ УПРАВЛЕНИИ

Степура М.А.

Студентка Института экономики и управления

ФГБОУ ВО «Бурятский государственный университет»,

Россия, г. Улан-Удэ.

Аннотация: Интерес к использованию стратегического управления повышается, так как в настоящий момент условия, необходимые для эффективной работы компании, быстро меняются. Поэтому необходимо быстро принимать решения, для чего менеджеры и руководители компаний используют стратегический подход к управлению. Для стратегического управления необходимо знать всю информацию о компании, ее внутреннюю и внешнюю среды, которые влияют на организацию и ее деятельность. В статье идет речь о использовании SWOT-анализа в стратегическом управлении. Описан метод SWOT-анализа, этапы его проведения; показано построение матрицы SWOT-анализа. Также в статье отражены преимущества и недостатки применения такого метода.

Ключевые слова: стратегическое управление, SWOT-анализ, этапы проведения, матрица SWOT-анализа, преимущества, недостатки.

THE USE OF SWOT ANALYSIS IN STRATEGIC MANAGEMENT

Stepura M.A.

student of the Institute of Economics and Management,

Buryat state University,

Ulan-Ude, Russia.

Abstract: Interest in the use of strategic management is increasing, as now the conditions necessary for the effective operation of the company are changing rapidly. Therefore, it is necessary to make decisions quickly, for which managers and executives use a strategic approach to management. For strategic management it is necessary to know all the information about the company, its internal and external environment that affect the organization and its activities. The article deals with the use of SWOT analysis in strategic management. The method of SWOT-analysis, stages of its carrying out is described; it is shown the construction of the matrix of the SWOT analysis. The article also reflects the advantages and disadvantages of this method.

Keywords: strategic management, SWOT analysis, stages of implementation, SWOT analysis matrix, advantages and disadvantages.

В современном мире условия внешней среды быстро меняются, и для обеспечения стабильности или даже повышения конкурентоспособности компании растет интерес к стратегическому управлению. Стратегический менеджмент обеспечивает достижение долгосрочных целей и позволяет стабильно действовать на рынке. Такое управление организацией опирается на человеческий потенциал, ориентируется на запросы потребителей, проводит изменения в организации в соответствии с изменениями внешней среды. Проблемы в стратегическом управлении возникают в связи с нестабильностью внешней среды организации. Для того чтобы удержаться на рынке долгое время компании применяют различные стратегии своего поведения.

Стратегия – это заранее спланированная линия поведения организации в своих внешней и внутренней средах с целью достижения поставленных целей. Стратегическое управление направлено на достижение целей организации в долгосрочной перспективе, в отличие от оперативного управления.

Для стратегического управления необходимо иметь информацию о прошлом компании, его нынешнем состоянии и оценку будущего. Стратегическое управление состоит из нескольких этапов, первым из которых является анализ внешней и внутренней сред организации. Далее организации необходимо сформулировать свою миссию, цели, разработать стратегию для их достижения, осуществить стратегию, и в конце проанализировать результаты. Таким образом, прежде чем разработать стратегию у компании возникает необходимость в анализе ее внутренней и внешней сред, риска и способность компании конкурировать с другими. Для этого используется SWOT-анализ.

SWOT-анализ – это аббревиатура, которая расшифровывается как Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats. Объединяя все слова, можно сказать, что SWOT-анализ – это анализ сильных и слабых сторон компании, а также его возможностей и угроз, возникающих из-за влияния внешней среды.

Рассмотрим все элементы SWOT-анализа.

S-Strengths или сильные стороны. Это внутренние характеристики компании, которые позволяют ей конкурировать на рынке и стабильно развиваться. Это преимущества организации среди остальных, ее отличительные черты.

W-weaknesses или слабые стороны. Эти внутренние характеристики компании затрудняют развитие компании, не позволяют конкурировать на рынке. Анализируя эти факторы, компания за счет возможностей может сократить их влияние на ее позицию на рынке.

O-opportunities или возможности. Это факторы внешней среды, которые благоприятно влияют на деятельность компании. Такие факторы повышают конкурентоспособность компании. Анализируя свои возможности, компания может получить информацию об источниках своего роста, что позволит построить эффективную стратегию. А также с помощью анализа своих возможностей компании имеют возможность сократить или свои недостатки.

T-threats или угрозы. Это факторы внешней среды, которые оказывают негативное влияние на деятельность компании и могут помешать ее развитию. Такие факторы могут снизить конкурентоспособность компании на рынке, снизить продажи. В результате компания может потерять свою долю рынка. С помощью различных методов организации могут снизить влияние таких угроз на их функционирование.

Таким образом компания получает полную информацию о своем нынешнем состоянии и своем будущем и имеет возможность разработать и реализовать свою стратегию, которая поможет ей выжить на рынке и достичь поставленных целей.

Перейдем к проведению SWOT-анализа, который состоит из нескольких этапов. На первом этапе выделяются параметры, которые впоследствии записываются в таблицу, которую часто называют матрицей SWOT-анализа. Эта матрица, соответственно, состоит из четырех элементов, два из которых являются частью внутренней среды, а два – внешней. (рис.1).

Внутренние факторы	Strengths Сильные стороны	Weaknesses Слабые стороны
Внешние факторы	Opportunities Возможности	Threats Угрозы

Рисунок 1. – SWOT-анализ

На следующем этапе возможности и угрозы делятся на три группы. Угрозы оцениваются по вероятности реализации (высокая, средняя, низкая) и их последствиям (разрушительные, тяжелые, легкие). Возможности оцениваются по вероятности их использования (высокая, средняя, низкая) и их влиянию (сильное, умеренное, малое).

Далее, учитывая выделенные возможности и угрозы, выделяются группы «возможности – сильные/слабые стороны», «Угрозы – сильные/слабые стороны». После эти группы записываются в новую матрицу. Такая матрица позволяет сделать выводы и сформулировать проблемы и задачи компании. Именно на этом этапе определяются стратегические цели и задачи. На заключительном этапе формулируются стратегические направления.

Все матрицы, которые используются в SWOT-анализе, составляются в соответствии с экспертными оценками, поэтому метод SWOT-анализа является разновидностью метода экспертных оценок. Метод экспертных оценок – это процесс, с помощью которого руководители компании получают оценки проблем, полученные на основе мнения специалистов.

Поскольку такой метод, как SWOT-анализ, может быть проведен самими руководителями и сотрудниками компании, то для его применения нет необходимости в использовании дорогостоящих процедур количественного анализа, а также в привлечении экспертов, которые плохо информированы о состоянии компании. Это, несомненно, является его преимуществом, особенно если компания находится на стадии «выживания». Также его достоинствами можно назвать простоту использования, широкое применение, получение полной информации о компании, выявление всех факторов, которые оказывают влияние на компанию. Такой метод является универсальным, так как с его помощью можно исследовать любой объект, будь то какая-либо продукция, предприятие, регион. Метод SWOT-анализа не требует каких-либо специальных знаний, кроме как о состоянии компании. А также такой анализ организации может быть использован не только для стратегического управления, но и для оперативного.

Но у такого метода есть и недостатки. К ним можно отнести субъективность со стороны экспертов, руководителей и сотрудников компании при проведении метода в оценке внутренних и внешних факторов. Такой

анализ компании рассматривает только общие факторы. Для эффективного его применения необходимо большое количество информации, для сбора которого требуется много усилий и затрат.

Несмотря на недостатки метода SWOT-анализа он имеет множество преимуществ, поэтому широко используется как в анализе производимой продукции, так и всей деятельности компании. Такой метод позволяет создать эффективную стратегию управления, которая в свою очередь позволяет достичь цели, поставленные организацией, и оставаться на рынке долгое время.

Библиографический список:

1. SWOT анализ. Основные положения SWOT анализа предприятия [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.stplan.ru/articles/theory/swot.htm> (дата обращения: 20.07.2018).
2. SWOT-анализ как инструмент стратегического менеджмента [Электронный ресурс] // Экономика и время. – Режим доступа: https://iteam.ru/publications/strategy/section_16/article_698 (дата обращения: 20.07.2018.)
3. Арутюнова Д. В. Стратегический менеджмент: Учебное пособие / Д. В. Арутюнова. – Таганрог : Изд-во ТТИ ЮФУ. – 2010. – 122 с.
4. Цулая И. Н. SWOT-анализ в системе стратегического управления: особенности применения и пути адаптации к объектам мезоуровня [Электронный ресурс] / И. Н. Цулая // Вестник ВолГУ, Серия 3: Экономика. Экология. – 2010. – №2. – С. 34-38. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/swot-analiz-v-sisteme-strategicheskogo-upravleniya-osobennosti-primeneniya-i-puti-adaptatsii-k-obektam-mezourovnya> (дата обращения: 20.07.2018).

Оригинальность 94%