

SWOT-АНАЛИЗ КАК СПОСОБ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Е.А. Шидловская

*Научный руководитель – В.Н. Кулаков, к.э.н., доцент
Полесский государственный университет*

В современном мире существует высокая конкуренция между предприятиями, каждой компании необходимо знать свои сильные и слабые стороны, а также факторы, на которые она не может повлиять. С помощью SWOT-анализа можно определить эти критерии и создать стратегию, используя свои преимущества и возможности.

Состояние любой организации зависит от того, насколько успешно она способна реагировать на различные воздействия извне. Анализируя внешнюю ситуацию, необходимо выделять наиболее существенные на конкретный период времени факторы. Взаимосвязанное рассмотрение этих факторов с возможностями организации позволяет решать потенциально возникающие проблемы [1].

SWOT-анализ позволяет выявить сильные и слабые стороны предприятия, а также возможности и угрозы со стороны внешней окружающей среды. Результаты анализа являются неотъемлемой частью бизнес-стратегии предприятия, которая позволяет оптимизировать производственные показатели и устранить «узкие места» производства.

Таким образом, факторы внешней и внутренней среды организации разделены на четыре категории:

- Strengths - сильные стороны, т.е. внутренние преимущества предприятия;
- Weaknesses - слабые стороны, т.е. внутренние недостатки;
- Opportunities - возможности, внешние потенциальные возможности;
- Threats – угрозы, внешние потенциальные проблемы, возникающие на пути организации

[2].

В общем виде матрица SWOT-анализа представлена в таблице 1.

Таблица 1. – Матрица SWOT-анализа в общем виде

	Положительные стороны	Отрицательные стороны
Внутренняя среда	Сильные стороны	Слабые стороны
Внешняя среда	Возможности	Угрозы

Примечание – Источник: [3].

По результатам анализа можно оценить, обладает ли компания внутренними силами и ресурсами, чтобы реализовать имеющиеся возможности и противостоять угрозам, и какие внутренние недостатки требуют скорейшего устранения.

В качестве примера составим SWOT-анализ ОАО «Гродненский мясокомбинат» (Таблица 2).

Анализ полученных данных позволяет сделать выводы о том, что ОАО «Гродненский мясокомбинат» имеет значительный потенциал к дальнейшему развитию, как на внутреннем, так и на внешнем рынках. Об этом говорят такие сильные стороны предприятия, как: высокий уровень квалификации работников, использование новейших технических разработок при производстве продукции, качественный выпускаемый товар, использование высококачественного сырья, высокое качество выпускаемых товаров, финансовая устойчивость предприятия и т.д.

Но существует и ряд недостатков, которые необходимо устранить для более успешной деятельности предприятия. Особое внимание следует уделить таким проблемам, как: высокие показатели себестоимости на единицу продукции за счет дорогостоящего оборудования, зависимость организации от поставщиков сырья, высокая конкуренция на рынке мясной продукции, из-за чего возникает постоянная необходимость расширять ассортимент и выпускать товары, не имеющие аналогов.

Основными преимуществами данного метода являются: простота использования и восприятия, обобщение и соотношение показателей абсолютно разного типа и назначения, широкий диапазон применения, выявление многих факторов, влияющие на организацию, предоставление свободного

выбора анализируемых элементов в зависимости от поставленных целей, SWOT-анализ можно адаптировать к объекту исследования любого уровня.

Таблица 2. – SWOT-анализ ОАО «Гродненский мясокомбинат»

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> – относительно устойчивые экономические показатели, стабильное финансовое положение; – уровень цен на продукцию соответствуют сложившимся ценам рынка; – постоянное обновление ассортимента; – сертифицированная продукция; – продукция пользуется высоким спросом у покупателей; – крупный промышленный потенциал производства; – высокий уровень квалификации работников; – реконструкция и модернизация производства; – высокая точность и скорость при выполнении заказов на поставку продукции. 	<ul style="list-style-type: none"> – наличие фирменных магазинов не во всех регионах; – высокая энергоёмкость оборудования; – зависимость от поставщиков сырья; – короткий срок реализации товара; – стандартные методы продвижения продукции на разных рынках; – высокая себестоимость продукции; – слабая экспортоориентированность.
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> – появление новых технологий; – рост уровня доходов населения; – стабилизация внешних условий бизнеса; – снижение торговых барьеров при выходе на внешние рынки; – ослабление ограничивающего законодательства; – доступность внешних инвестиций; – ослабление позиций фирм-конкурентов. 	<ul style="list-style-type: none"> – наличие на рынке товаров-заменителей, товаров-аналогов; – появление иностранных конкурентов с товарами более низкой стоимости; – рост цен на материальные и энергетические ресурсы; – ухудшение экономической ситуации в стране; – инфляция.

Примечание – Источник: Собственная разработка на основании отчетных данных предприятия

К числу основных недостатков SWOT-анализа можно отнести следующее: этот метод является субъективным, и зависит от позиции и знаний того, кто его проводит, представляет собой один из способов систематизации уже существующих знаний (если эти знания не достоверны или их недостаточно, то и результаты анализа будут иметь небольшую ценность), показывает только общие цели, а не разрабатывает конкретные мероприятия для их достижения, для реализации метода необходимо большое количество информации.

Данная матрица SWOT-анализа в полной мере подходит для оценки деятельности компании, позволяет с помощью выявления сильных сторон и его возможностей устранить имеющиеся недостатки и нейтрализовать существующие угрозы, проанализировать конкурентоспособность предприятия. При выборе метода оценки компании необходимо отталкиваться от того, что необходимо в конечном результате, SWOT-анализ прост и понятен, что делает его удобным методом оценки, а также объединяет все факторы, которые влияют на организацию в матрице.

Список использованных источников

1. Чилимбаева Г. А. SWOT-анализ – выявление и решение возможных проблем в процессе // Молодой ученый. — 2014. — №8.1. — С. 33-35.
2. Голокова Г.В. SWOT-анализ как способ оценки деятельности предприятия, на примере ИПД «НОРД-ПРЕСС» // Научное сообщество студентов XXI столетия. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ: сб. ст. по мат. LXXII междунар. студ. науч.-практ. конф. 2018. № 12(72). С. 17-20.
3. Научная электронная библиотека «Киберленинка» [Электронный ресурс] / Cyberleninka.ru. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru>. – Дата доступа: 14.03.2020.