

ПРАВИЛА ПРОВЕДЕННЯ SWOT-АНАЛІЗУ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Ковальчук О.О., Полінкевич О.М.

Луцький національний технічний університет, м. Луцьк

Найчастіше, в різній економічній літературі, здійснюється SWOT-аналіз (SWOT-аналіз). SWOT-аналіз – це аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища організації. Аналізу підлягають сильні (Strength) та слабкі сторони (Weakness) внутрішнього середовища, а також можливості (Opportunities) і загрози (Threats) зовнішнього середовища організації [1, с. 203]. Головною метою проведення SWOT-аналізу є отримання достовірних даних про можливості компанії і загрози просування її на ринку товарів і послуг. Тому, для досягнення цієї мети перед SWOT-аналізом ставляться наступні завдання: виявлення маркетингових можливостей, які відповідають ресурсам фірми; визначення маркетингових загроз і розробка заходів щодо знешкодження їхнього впливу; виявлення сильних сторін фірми й зіставлення їх з ринковими можливостями; визначення слабкостей фірми та розроблення стратегічних напрямів їх подолання; виявлення конкурентних переваг фірми та формування її стратегічних пріоритетів [2]. Для здійснення SWOT-аналізу на підприємстві необхідне відповідне інформаційне забезпечення, яке повинно включати: базу даних; методи та моделі; набір організаційних і методичних прийомів [3, с.34]. Щоб на практиці уникнути можливих помилок і дістати максимум користі з SWOT-аналізу, необхідно дотримуватися кількох правил [2]: 1. По можливості максимально конкретизувати сферу проведення SWOT-аналізу. 2. Дотримуватись коректності при віднесенні того чи іншого фактора до сил/слабкостей або можливостей/загроз. 3. SWOT-аналіз повинен показувати реальний стан і перспективи компанії на ринку. 4. Якість SWOT-аналізу безпосередньо залежить від об'єктивності та використання різнобічної інформації. 5. Необхідно уникати великих і двозначних формулювань. Проведення SWOT-аналізу має важливе значення для здійснення стратегічного планування, оскільки його методика – ефективний, доступний, дешевий засіб оцінки стану проблемної та управлінської ситуації в установі [1]. Правильно і вчасно прийняті стратегічні рішення грають сьогодні ключову роль в успішній діяльності організації. Саме вони роблять вирішальний вплив на конкурентоспроможність продукції і підприємства в цілому.

1. Немцов В. Д., Довгань Л. Є. Стратегічний менеджмент: навч. посіб. / В. Д. Немцов, Л. Є. Довгань. – К.: ТОВ «УВПК «ЕксОб», 2001. – 560 с. 2. Складання стратегічного балансу та сутність SWOT-аналізу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://in1.com.ua/book/13007/10315>. 3. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій: Навч. посіб. / За ред. Л.В.Балабанової. – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2005.–301 с.–(Вища освіта XXI ст.)