

Автор:

Нурилина Азалия Наилевна

студентка

Научный руководитель:

Зими́на Галина Анатольевна

канд. техн. наук, доцент

Уфимский филиал ФГБОУ ВО «Финансовый университет

при Правительстве Российской Федерации»

г. Уфа, Республика Башкортостан

SWOT-АНАЛИЗ КАК ИНСТРУМЕНТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИАГНОСТИКИ

***Аннотация:** в статье рассматривается SWOT-анализ в качестве инструмента экономической диагностики. Выявлены сильные и слабые стороны, представлена стратегия проведения SWOT-анализа. Подчеркивается необходимость применения SWOT-анализа в экономической деятельности, поскольку любой менеджер, в процессе управления организацией, сталкивается с проблемами выбора методов и инструментов по улучшению положения организации.*

***Ключевые слова:** Swot-анализ, матрица Swot-анализа, проведение SWOT-анализа.*

SWOT-анализ – это метод оценки текущей ситуации и будущих перспектив того или иного предприятия, где основной задачей является определение сильных (Strengths) и слабые сторон (Weaknesses), возможностей (Opportunities), угроз (Threats).

В настоящее время очень часто допускают ошибки при составлении SWOT-анализа, путая внешние и внутренние факторы.

SWOT-анализ состоит из сильных и слабых сторон, возможностей и угроз.

Сильные и слабые стороны являются внутренними факторами, возможности и угрозы – внешними. Что же именно можно соотнести к внутренним и внешним факторам?

К внутренним факторам относятся:

- производственная деятельность;
- виды взаимоотношений с клиентами;
- управление предприятием;
- персонал;
- финансы.

То есть то, на что мы можем воздействовать.

К внешним факторам относятся:

- конкуренция;
- экономические факторы;
- общественная среда;
- природные;
- политико-административные факторы;
- законодательные факторы.

Рассмотрим алгоритм проведения SWOT-анализа.

1. Выявление слабых и сильных сторон предприятия. Очень важно, чтобы было выбрано не менее 5 и не более 10 действительно значимых сильных и слабых сторон компании.
2. Распознавание рыночных возможностей и угроз.
3. Сопоставление сильных и слабых сторон компании с угрозами и возможностями рынка.
4. Разработка плана стратегий.

Исходя от этого, мы получаем с вами матрицу SWOT-анализа, которая включает в себя:

- сильные стороны;
- слабые стороны;
- возможности;
- угрозы.

Матрица Swot-анализа

	Возможности	Угрозы
Сильные стороны	Мероприятия, которые необходимо провести, чтобы использовать сильные стороны для осуществления возможностей.	Мероприятия, которые используют сильные стороны для устранения угроз.
Слабые стороны	Мероприятия, которые необходимо провести, ликвидируя слабые стороны, применяя имеющиеся возможности.	Мероприятия, которые минимизируют слабые стороны для избегания угроз.

Уже после проведения SWOT-анализа возникает более четкое и точное представление о преимуществах и недостатках предприятия, а также о положении на рынке.

Это позволит выбрать оптимальный путь развития, избежать опасностей и максимально эффективно использовать имеющиеся в вашем распоряжении ресурсы.

Список литературы

1. Ряховская А.Н. Планирование в условиях рынка / А.Н. Ряховская // ВНИ-ИНТПИ, Библиографический указатель депонирования рукописей. – 2014. – №1.
2. Кравцова Т.И. Оптимизация процесса управления производственными процессами / Т.И. Кравцова, Т.В. Грицюк // ВИНТИ. – 2015. – №4.