

## **SWOT-АНАЛІЗ, ЯК ОСНОВНИЙ ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ**

***КОТЕНКО Т.А., СТУДЕНТ\****

***ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМ. П. ВАСИЛЕНКА***

У сучасних умовах глобалізації та інтеграції підприємствам доводиться докладати все більше зусиль для утримання конкурентоздатності. Для успішного функціонування підприємствам потрібно вміти передбачати труднощі, з якими вони можуть зіткнутися у майбутньому, і розкривати нові можливості, які можуть відкритися для них. Тобто компаніям необхідно визначати пріоритетні напрямки розвитку, пристосовуватися до змін зовнішнього середовища, використовувати нові технології організації управлінських процесів, змінювати стратегії діяльності, а отже, – здійснювати стратегічне управління.

Потреби людей, як відомо, безмежні, а ресурси підприємства обмежені. Кожний суб'єкт має свої потреби, причому доволі мінливі, задовольнити які не завжди вдається і для кожного необхідний індивідуальний підхід. Тому, виживає те підприємство, яке може найбільш точно виділяти й розрізняти мінливість потреб споживача [1, с.209].

Одним з основних інструментів стратегічного управління, що оцінює в комплексі внутрішні і зовнішні чинники, які впливають на розвиток підприємства є SWOT-аналіз.

Для здійснення SWOT-аналізу на підприємстві необхідне відповідне інформаційне забезпечення, яке повинно включати: базу даних; методи та моделі, необхідні для SWOT-аналізу; набір організаційних і методичних прийомів, необхідних для підвищення надійності інформаційного забезпечення [2, с.34]. Методика SWOT-аналізу ґрунтується на підході, який дає змогу вивчати зовнішнє і внутрішнє середовище підприємства разом. За допомогою цієї методики можна встановити взаємозв'язки між силою та слабкістю, які властиві підприємству, і зовнішніми загрозами і можливостями. Спершу виявляють сильні і слабкі сторони, а також загрози та можливості, після цього встановлюють взаємозв'язки між ними.

При проведенні SWOT-аналізу необхідно ретельно визначити сферу кожного SWOT-аналізу, зрозуміти відмінності між його

---

\* Науковий керівник: Антощенко В.В., к.е.н., доц.

елементами, бути об'єктивним і використовувати різносторонню вхідну інформацію, уникати просторових і двозначних заяв. SWOT-аналіз повинен проводитися за участю всіх найважливіших членів даної організації. Це стосується загальної ідентифікації слабких і сильних сторін, які усередині організації мають бути добре видні. SWOT-аналіз може виконуватися із застосуванням методу «мозкового штурму». Якість аналізу можна підвищити, залучаючи до його проведення осіб, що не відносяться до організації. Такі особи можуть виступити неупередженими арбітрами, які в змозі оцінити пропозиції, а також, ставлячи особливі питання, спровокувати організацію до переосмислення своїх положень і дій. При проведенні SWOT-аналізу, а особливо аналізу шансів і погроз, повинні використовуватися раніше проведені дослідження громадської думки [3, с. 184].

Методика проведення SWOT-аналізу передбачає здійснення декількох етапів:

I. Визначення власних сильних і слабких сторін підприємства. Для цього необхідно: скласти перелік параметрів, по якому оцінюватиметься підприємство; по кожному параметру визначити, що є сильною стороною підприємства, а що – слабкою; зі всього переліку вибрати найбільш важливі сильні і слабкі сторони підприємства.

II. Визначення ринкових можливостей і загроз. Це своєрідна «розвідка місцевості» – оцінка ринку. Цей етап дозволяє оцінити ситуацію поза підприємством і зрозуміти, які у нього є можливості, а також, яких загроз слід побоюватися.

III. Зіставлення сильних і слабких сторін підприємства з можливостями і загрозами ринку.

SWOT-аналіз в порівнянні з іншими методами має як переваги, так і недоліки. Основною його перевагою є простота і можливість витратити невеликі кошти на його проведення, а також гнучкість і наявність безлічі варіантів. Також, це систематизація знань про внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на процес стратегічного планування; можливість визначити конкурентні переваги підприємства та сформулювати стратегічні пріоритети, періодично проводити діагностику ринку та ресурсів підприємства. Недоліками SWOT-аналізу, які потрібно враховувати є: неможливість врахування всіх сил і слабкостей, можливостей і загроз; суб'єктивність вибору та ранжування факторів зовнішнього та внутрішнього середовища; погана адаптація до мінливого середовища [4, с. 384; 5, с. 112].

Отже, 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. Він дозволяє систематизувати проблемні ситуації; краще розуміти структуру ресурсів, на які слід опиратися в удосконаленні діяльності та розвитку компанії на перспективу; відстежувати загальний стан зовнішнього бізнес-середовища; виділяти і використовувати нові потенційні можливості швидше, ніж конкуренти; вибрати оптимальну дорогу розвитку і уникнути небезпек; приймати зважені рішення, що стосуються розвитку бізнесу.

### **Література.**

1. Балабанова Л.В. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій: навч. посіб. / Л.В.Балабанова. – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2005. – 301 с.
2. Антощенкова В.В. Аграрний маркетинг, актуальність і перспективи / В.В. Антощенкова, Батир Батиров // Економічний дискурс: міжнародний збірник наукових праць. – м. Кам'янець-Подільський : ПДАТУ. – С. 209-212.
3. Липчук В.В. Маркетинг: основи теорії та практики: Навч. посіб. / В.В. Липчук, Р.П. Дудяк, С.Я. Бугіль. – [3-тє вид., випр. і доп.]. – Львів: «Магнолія 2006», 2008.– 288с.
4. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг. Учебник для вузов / Р.А. Фатхутдинов. – [5-е издание]. – М., 2008. – 640 с.
5. Соколова Л.В. Маркетинг :теорія та ситуаційні вправи.: навч.посіб./ Л.В. Соколова. – Харків: ХНУРЕ, 2010. – 186 с.

## **ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО МАРКЕТИНГУ ТА ЙОГО ОСНОВНІ ЦІЛІ**

***Пронь О.А., студентка\*,  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА ІМ. П. ВАСИЛЕНКА***

Маркетинг - відоме і цікаве явище у світовій економічній науці тим, що охоплює усі сторони життя людини; це еkleктична наука, яка в своєму розвитку вбирає знання фундаментальних і прикладних загальнонаукових та економічних дисциплін; розвивається разом із

---

\* Науковий керівник – Богданович О.А.