Секція 11. ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ SWOT-АНАЛІЗУ В ПРОЦЕСІ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Басс Ю.М., гр. БАз-49м
Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **С.М. Сукачова-Труніна**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Для розробки стратегій недостатньо констатувати вплив тих чи інших чинників середовища. Щоб забезпечити виживання підприємства у довгостроковій перспективі, необхідно прогнозувати тенденції розвитку можливостей і загроз. Найбільш прийнятним інструментом для проведення даних досліджень є SWOT-аналіз.

Аналіз і прогнозування тенденцій чинників зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства з метою обгрунтування стратегії треба проводити одночасно. Для цього пропонується проводити SWOT-аналіз за наступними етапами, які умовно можна поділити на 2 блоки:

I. Аналіз поточної ситуації (діагноз):

1.1. Аналіз критичних внутрішніх та зовнішніх факторів.

1.2. Оцінка зовнішніх факторів (експертиза).

1.3. Оцінка внутрішніх факторів (експертиза)

1.4. Хто ми є й які наші конкурентні переваги (недоліки)?

II. Аналіз майбутнього (прогноз):

2.1. Прогнозування тенденцій розвитку для кожного (обраного) зовнішнього фактора.

2.2. Розробка вимог до рекомендацій, що посилюють переваги і усувають недоліки кожного з внутрішніх факторів.

2.3. Якими ми бажаємо та можемо бути?

2.4. Формування загальної стратегії та стратегій для кожного напрямку господарської діяльності.

Необхідність обробки великих масивів інформації при застосуванні SWOT-аналізу зумовлює використання різноманітних статистичних методів аналізу даних.

Якість проведеного аналізу забезпечує достовірність побудованих прогнозів на його основі. Передбачене майбутнє дає змогу підготуватися як до позитивних, так і до негативних тенденцій, максимізувати результати та мінімізувати збитки.

SWOT-аналіз, хоча не містить остаточної інформації для прийняття управлінських рішень, але дає змогу впорядкувати процес оцінки всієї наявної інформації, що є основою для розробки обгрунтованої стратегіїї підприємства.