

УДК 658.012.32(477)

Оселедько І. – ст. гр. БМм-51

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

SWOT- АНАЛІЗ ЯК УПРАВЛІНСЬКИЙ ІНСТРУМЕНТ В СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Науковий керівник: асистент, Шведа Н.М.

Термін "SWOT-аналіз" виник від скорочення перших літер англійських слів "сильні та слабкі сторони, можливості та загрози" (Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats).

SWOT-аналіз являє собою групування факторів зовнішнього середовища на зовнішні та внутрішні (відносно фірми) та їх аналіз з позиції визначення позитивного чи негативного впливу на маркетингову діяльність фірми.

Основні завдання SWOT-аналізу:

- виявлення можливостей, які відповідають ресурсам фірми;
- визначення 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.

Узагальнюючим елементом SWOT-аналізу, на якому базується формування стратегії фірми, є матриця сильних та слабких сторін, можливостей та загроз. Сутність матриці SWOT полягає в тому, що вона дає змогу завдяки різноманітним комбінаціям сильних та слабких сторін, можливостей та загроз формувати оптимальну стратегію фірми згідно з умовами ринкового середовища.

Відповідно до матриці SWOT можливі чотири основні різновиди стратегії:

- стратегія, яка використовує сильні сторони фірми для реалізації можливостей, - найбажаніша і найперспективніша стратегія;
- стратегія, яка використовує сильні сторони фірми для знешкодження загроз;
- стратегія, спрямована на мінімізацію слабких сторін фірми на основі використання можливостей;
- стратегія, спрямована на мінімізацію слабкостей фірми та потенційних загроз.

SWOT – аналіз як управлінський інструмент має такі особливості: є початковим етапом стратегічного планування для більшості функціонуючих підприємств; передбачає сумісне визначення внутрішнього та зовнішнього середовища; є інформаційною підставою для формулювання стратегічних проблем та альтернатив; в центрі уваги стратегічного аналізу знаходяться фактори, що найсильніше впливають на конкурентну позицію фірми, її конкурентні переваги (споживачі, постачальники, конкуренти); припускає використання методу експертного оцінювання; проводиться бальна оцінка факторів макросередовища, безпосереднього оточення та внутрішнього середовища підприємства.

Таким чином, результати SWOT – аналізу є підставою для прийняття управлінських рішень у різних функціональних зонах підприємства та для генерування альтернативних стратегій розвитку фірми.