

УДК 338

Довгошия Р. – ст. гр. БМ-32

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **SWOT АНАЛІЗ – ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

Науковий керівник к.е.н., доцент Галушак О.Я.

У 60-ті роки у США та більшості країн Західної Європи почався «бум стратегічного планування», який базувався на домінуванні концепції підприємства як «відкритої системи» на мікрорівні та на розвитку прогнозування та індикативного планування на державному рівні. Виникла потреба розробляти реальні та надійні плани майбутнього розвитку підприємств з урахуванням ситуації, що склалася, визначати перспективи на основі альтернатив розвитку, орієнтуватися передусім на ринкові та фінансово-економічні перспективи, наприклад, на обсяги реалізації та доходу (підприємства та індивідуума), прибутків, рентабельності капіталовкладень, ефективності тощо. Підприємство ставало більш залежним від попиту споживачів у визначенні перспектив свого розширення та подальшого існування.

У сучасних умовах функціонування підприємництва насувною є проблема поєднання теорії і практики формування стратегії підприємства. Тому виникає необхідність у врахуванні специфіки діяльності підприємств конкретної галузі промисловості, а для цього потрібно вірно оцінити зовнішні можливості та загрози, а також внутрішні сильні та слабкі сторони підприємств. З цією метою у практичній діяльності багатьох підприємств широко використовують метод SWOT-аналізу, що дає змогу здійснити комплексне аналітичне оцінювання зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства. Акронім SWOT був вперше введений в 1963 році в Гарварді на конференції з проблем бізнес-політики професором Ендрюсом. Назва цього методу складена із початкових літер об'єктів стратегічного аналізу:

S – Strength – сильні сторони;

W – Weakness – слабкі сторони;

O – Opportunities – можливості;

T – Threats – загрози.

Дослідження вітчизняних і зарубіжних наукових праць показало, що значна увага приділяється значенню та особливостям проведення SWOT-аналізу у процесі визначення рівня конкурентоспроможності підприємства, планування діяльності й формування стратегії. SWOT-аналіз є узагальненою основою для розуміння і управління навколишнім середовищем, в якому функціонує організація. Ця модель допомагає аналітику виділити основні проблеми, які постають перед організацією, в процесі детального аналізу чотирьох окремих елементів SWOT. Це відносно легкий у застосуванні інструмент для оцінки стратегічного стану фірми. Метод SWOT дозволяє встановити лінії зв'язку між зовнішніми можливостями і загрозами та сильними і слабкими сторонами фірми.

Отже, проведення SWOT-аналізу має важливе значення для здійснення стратегічного планування, оскільки його методика - ефективний, доступний, дешевий засіб оцінки стану ситуації на підприємстві. 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.