

**УДК 658.5**

**Шелепун М.Р.**

*студент магистратуры*

*Марийский государственный университет*

*Россия, г. Йошкар-Ола*

## **SWOT-АНАЛИЗ КАК МЕТОД ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*Аннотация. Процесс организации управления на предприятии предполагает выбор оптимальных методов и инструментов анализа конкурентоспособности предприятия. В статье рассматриваются вопросы, касающиеся возможности применения SWOT-анализа при оценке позиций предприятия на рынке, а также правильности составления матрицы данного анализа.*

*Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, рынок, конкуренты, методы оценки конкурентоспособности, SWOT-анализ, матрица SWOT-анализа, стратегия развития.*

**Shelepun M.R.**

*master's degree student*

*Mari state university*

*Russia, Yoshkar-Ola*

## **SWOT-ANALYSIS AS A METHOD OF ASSESSMENT OF COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE**

*Annotation. The process of organization of management in the enterprise involves the selection of optimal methods and tools for analyzing the competitiveness of the enterprise. The article deals with the issues concerning the possibility of using SWOT analysis in assessing the position of the enterprise in the market, as well as the correctness of the matrix of this analysis.*

*Key words: enterprise competitiveness, market, competitors, methods of competitiveness assessment, SWOT analysis, SWOT analysis matrix, development strategy.*

В современной экономике, развивающейся стремительными темпами, важной задачей каждого предприятия является оценка его конкурентоспособности на рынке. Это позволяет предприятию определить свою позицию в отрасли, позицию конкурентов, а также сформировать стратегию дальнейшего развития.

Существует большое количество методов, используемых для оценки конкурентоспособности предприятия. Одним из часто используемых и наглядных методов в стратегическом планировании и прогнозировании является SWOT-анализ. Данный метод заключается в разделении факторов и явлений на четыре категории: strengths (сильные стороны), weaknesses (слабые стороны), opportunities (возможности) и threats (угрозы), которые сводятся в матрицу. Матрица SWOT-анализа в общем виде представлена в таблице 1.

Таблица 1 - Матрица SWOT-анализа в общем виде

	Положительные стороны	Отрицательные стороны
Внутренняя среда	Сильные стороны	Слабые стороны
Внешняя среда	Возможности	Угрозы

К сильным сторонам относятся характеристики коллектива или проекта, которые являются преимуществами перед другими компаниями в отрасли. К возможностям относятся внешние потенциальные возможности или факторы, которые могут помочь в достижении поставленной цели. Слабые стороны - это характеристики, ослабляющие компанию или проект. К угрозам относятся внешние потенциальные угрозы или факторы, которые могут стать препятствием на пути достижения цели.

После выявления сильных и слабых сторон, возможностей и угроз производится установление связей между ними, разъяснение которых в дальнейшем используется для формулирования стратегии организации.

Поле на пересечении сильных сторон и возможностей показывает, что внутренний потенциал компании (положительные стороны) позволяет в полной мере использовать существующие возможности, что является позитивной тенденцией. Поле на пересечении сильных сторон и угроз показывает, что положительные стороны компании позволяют минимизировать существующие угрозы, это также является позитивной тенденцией. Поле на пересечении слабых сторон и возможностей показывает, что негативные стороны компании связаны с высокими затратами, однако благодаря повышению доходов людей конкуренция способна перейти в неценовую сферу. Поле на пересечении слабых сторон и угроз показывает, что высокие затраты ухудшают позицию компании при активизации конкурентов, что является отрицательной тенденцией.

В качестве примера проведем SWOT-анализ предприятия ООО «Броксталь», занимающегося предоставлением услуг в области металлопроката. Сравним предприятие ООО «Броксталь» с конкурентами и составим матрицу SWOT-анализа (таблица 2).

Таблица 2 - Матрица SWOT-анализа предприятия ООО «Броксталь»

Внутренняя среда	Сильные стороны	Слабые стороны
	-Хорошая репутация у клиентов	-Отсутствие новых видов продукции
	-Хорошая рекламная кампания	-Отсутствие системы скидок
	-Большой срок работы в области предоставления услуг металлопроката	-Местонахождение центрального офиса за пределами города
	-Наличие собственного интернет-сайта	

	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Большие объемы продаж</li> <li>-Большое количество пунктов приема по городу</li> <li>-Большое количество постоянных контрагентов</li> <li>-Возможность производства в соответствии со специфическими пожеланиями заказчика</li> </ul>	
Внешняя среда	Возможности	Угрозы
	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Повышение квалификации персонала</li> <li>-Расширение производственной линии</li> <li>-Увеличение доли рынка</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Внеплановый выход оборудования из строя</li> <li>-Высокая конкуренция</li> </ul>

Исходя из проведенного анализа, можно выделить главные факторы и направления, которым нужно уделить особое внимание. Таким образом, основными направлениями для укрепления предприятия ООО «Броксталь» являются следующие:

1. Использование в производстве нового высокотехнологичного оборудования.
2. Производство новых товаров, изготовленных по современным технологиям, расширение спектра предлагаемых дополнительных услуг.
3. Стимулирование спроса путем введения системы скидок и акций.

SWOT-анализ является неотъемлемой частью стратегического планирования. Однако, SWOT-анализ несет в себе элемент субъективности. Данную проблему можно решить, привлекая к анализу максимальное количество управленческого персонала. Данный анализ помогает менеджеру выявить сильные и слабые стороны предприятия и внешней среды, а также своевременно выявить потенциальные угрозы и сформировать стратегию развития компании, способную устранить отрицательные факторы в

деятельности организации. При выборе правильной стратегии развития SWOT-анализ также позволит повысить конкурентоспособность предприятия и в дальнейшем занять лидирующую позицию в исследуемой области на рынке.

**Использованные источники:**

1. Аренков И. А. Конкурентный потенциал предприятия: модель и стратегии развития / И. А. Аренков, Я. Ю. Салихова, М. А. Гаврилова // Проблемы современной экономики. — 2011. — № 4. — С. 120–127.

2. Дубинина Н. А. Подходы к формированию конкурентной стратегии предприятия / Н. А. Дубинина // Вестник Астраханского государственного технического университета. — 2010. — № 2. — С. 65– 71.

3. Чилимбаева Г. А. SWOT-анализ – выявление и решение возможных проблем в процессе // Молодой ученый. — 2014. — №8.1. — С. 33-35.