

**Поліна МОРОЗОВА**

здобувачка вищої освіти ОС «бакалавр»,  
Заклад вищої освіти «Полтавський державний аграрний університет»,  
м. Полтава

Науковий керівник:

**Олена ЄГОРОВА**

канд. екон. наук, доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,  
Заклад вищої освіти «Полтавський державний аграрний університет»,  
м. Полтава

## **SWOT-АНАЛІЗ ЯК МЕТОД СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ**

Більшість бізнесів сьогодення мають певні проблеми з рівнем жорсткої конкуренції на ринку, профіцитом товарів, робіт, послуг та питань щодо нововведень задля зацікавлення покупців. Кожен бізнес потребує чіткого розуміння своїх можливостей та їх регулярного аналізу. Щоб підвищити якість своєї продукції, бути конкурентоспроможним підприємством, треба заглядати у майбутнє, передбачаючи труднощі та можливі перспективи. Іншими словами, організаціям потрібно визначити пріоритети розвитку, розробити бізнес-план, використовувати нові технології, а отже, – здійснювати стратегічне управління. Одним з основних інструментів стратегічного управління виступає SWOT-аналіз.

У загальному розумінні, SWOT-аналіз – це спосіб оцінки зовнішніх і внутрішніх факторів, які впливають на процес розвитку бізнесу [3]. Також SWOT-аналіз використовується для формування стратегії бізнесу. Такий інструмент дає можливість розібрати усі слабкі та сильні сторони, і можливості та загрози, які можуть спричинити відповідні наслідки для організацій. SWOT покаже певному бізнесу як використати свої можливості, задіявши свої сильні сторони та як уникнути слабкі сторони.

SWOT-аналіз розробили у 1965 році четверо вчених Гарвардського університету, цей метод актуальний і донині. Наразі його використовуючи не тільки для дослідження комерційних фірм, а й для некомерційних організацій, людей і навіть міст. Оскільки такий засіб аналізу для прогнозування стратегії виявився дуже ефективним [1].

Сучасний SWOT-аналіз застосовують:

- запускаючи стартап чи новий напрямок бізнесу;
- розглядаючи варіанти перебудови бізнесу;
- аналізуючи ринок для кращого розуміння ситуації;
- перевіряючи правильність заданого курсу розвитку компанії тощо [1].

SWOT-аналіз підприємств складається з чотирьох груп факторів, які дають можливість проаналізувати бізнес з різних сторін.

SWOT-аналіз оцінює такі елементи:

– S (strengths) – сильні сторони. Сюди входять певні особливості компанії, які вигідно відрізняють її від інших конкурентів. Тобто важливі переваги компанії (товари, послуги), які допомагають підвищити продажі;

– W (weaknesses) – слабкі сторони. Властивості, які роблять компанію більш чутливою на ринку. Також сюди можна віднести технічні обмеження та потенційні перешкоди швидкому зростанню чи розвитку. Пильний нагляд за ними допоможе їх усунути;

– O (opportunities) – можливості. Це фактори зовнішнього середовища, які можна використовувати задля майбутньої користі та розвитку бізнесу;

– T (threats) – загрози. Це зовнішні події, які можуть нашкодити підприємству. Наприклад, завдати збитків, зменшити прибуток, зіпсувати репутацію, перешкодити виробництву [1, 2].

SWOT-аналіз буде корисним і для досвідчених бізнесів, і для бізнесів, які тільки

розвиваються. За допомогою усіх чотирьох елементів можна чітко зрозуміти усі свої теперішні недоліки та майбутні перспективи.

Серед основних переваг SWOT-аналізу:

- простота проведення та використання даних. Зацікавлена особа може самостійно здійснити аналіз, при цьому не потребуючи додаткової допомоги фахівця. Однак потрібно добре знати усі теперішні переваги та недоліки підприємства;

- універсальність. SWOT – це універсальний маркетинговий інструмент, визначення конкурентних переваг та формування стратегічних пріоритетів;

- систематизація знань про внутрішні та зовнішні чинники, що впливають на процес стратегічного планування. Такий аналіз допомагає узагальнити різні дані щодо результатів підприємства;

- можливості подальшого використання результатів аналізу. Провівши аналіз, підприємство зможе розробити стійку стратегію розвитку, і як наслідок, зазирнути у своє майбутнє [1].

Проте, поряд із перевагами метод має деякі недоліки, а саме:

- SWOT-аналіз не показує чітку аналітику. SWOT надає інформацію щодо структурованих даних, у той час коли усю подальшу роботу повинен виконувати аналітичний працівник на підприємстві;

- SWOT показує поточний стан на підприємстві, залишаючись у призупиненому стані. Тому рекомендують проводити такий аналіз регулярно;

- суб'єктивність. Метод вважається досить суб'єктивним аналізом, його результати залежать від того, хто його проводить. Суб'єктивність проявляється у виборі та ранжуванні чинників зовнішнього і внутрішнього середовища;

- для аналізу потрібний великий обсяг інформації з усіх сфер, що може бути досить затратним для підприємства [2].

Позитивні сторони SWOT-аналізу переважають негативні, що зумовлює його популярність у сфері стратегічного управління.

Учасники, які займають лідируючі позиції, у ринкових правилах гри, повинні проводити SWOT-аналіз бодай один раз на рік, задля розуміння економічної ситуації підприємства. Також завдяки SWOT-аналізу на підприємстві можна розгледіти шляхи поліпшення роботи та конкретні позиції, які працюють ідеально.

Отже, SWOT-аналіз допомагає з'ясувати сильні та слабкі сторони, а також можливості та загрози для бізнесу. Для кожного бізнесу, який ставить пріоритетність, у формі розвитку, необхідно робити систематичний SWOT-аналіз. Цей метод є невід'ємною частиною у стратегічному плануванні. До того ж досягти успіху можна якнайшвидше, якщо поєднати SWOT-аналіз з іншими моделями аналізів, тоді прогрес для підприємства буде гарантований.

#### **Перелік використаних джерел інформації:**

1. Громов О. Ефективний SWOT-аналіз: що це таке, матриця та найкращі приклади для різних ніш бізнесу. Weblium. 2021. URL: <https://ua.weblium.com/blog/efektivnij-swot-analiz-zaporuka-uspihu-vashogo-biznesu-najkrashi-prikladi-dlya-riznih-nish-biznesu>.

2. Оголь А. SWOT-аналіз із прикладами. eSputnik. 2021. URL: <https://esputnik.com/uk/blog/swot-analiz-iz-prikladami>.

3. SWOT-аналіз: що це таке і як його використовувати. Пара. 2021. URL: <https://para.school/blog/marketing/swot-analiz>.