

*Карньюшкина Диана Вячеславовна
студентка 3 курса магистратуры,
Высшая инженерно-экономическая школа, Институт промышленного
менеджмента, экономики и торговли,
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
Россия, г. Санкт-Петербург
e-mail: dkarnushkina@mail.ru*

SWOT-АНАЛИЗ КАК ИНСТРУМЕНТ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ

Аннотация: В статье рассматривается практическое применение SWOT-анализа в качестве инструмента для анализа инвестиционной привлекательности компании, осуществляющей деятельность в сфере медицинских услуг. Дано определение понятию «инвестиционная привлекательность». Проведен SWOT-анализ на примере медицинской компании. На основании проведенного анализа определен потенциал компании и заданы основные направления для реализации ее внутренних резервов.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность, SWOT-анализ, сильные стороны, слабые стороны, возможности, угрозы, перспективы развития.

*Karnyushkina Diana Vyacheslavovna
3d year master student,
Higher School of Engineering and Economics, Institute of Industrial
Management, Economics and Trade,
St.Petersburg Polytechnic University
Russia, St. Petersburg*

SWOT ANALYSIS AS A TOOL FOR DETERMINING A COMPANY'S INVESTMENT ATTRACTIVENESS

Abstract: The article discusses the practical application of SWOT analysis as a tool for analyzing the investment attractiveness of a company operating in the field of medical services. The definition of the concept of "investment attractiveness" is given. A SWOT analysis was carried out using an example of a medical company. Based on the analysis, the potential of the company is determined and the main directions for the implementation of its internal reserves are set.

Key words: investment attractiveness, SWOT analysis, strengths, weaknesses, opportunities, threats, development prospects.

Актуальность. Рост инвестиционной привлекательности сферы медицинских услуг является одним из основных направлений развития

социально-ориентированной экономики нашей страны. В связи с этим возникает необходимость проведения анализа деятельности медицинских учреждений для выявления способов и возможностей повышения их инвестиционной привлекательности и привлечения дополнительных денежных средств.

Цель и задачи работы. Цель – обоснование использования SWOT-анализа в качестве инструмента повышения инвестиционной привлекательности компании. Задачи работы: дать определение понятию «инвестиционная привлекательность»; провести SWOT-анализ на примере деятельности медицинской компании; на основании проведенного анализа задать направления деятельности компании для реализации ее внутренних резервов.

Методы исследования. Методы исследования, используемые в статье: сбор, синтез и анализ информации; систематизация, структурирование данных.

Изложение результатов. С целью привлечения дополнительных инвестиций в компанию руководство разрабатывает ряд мероприятий по повышению его инвестиционной привлекательности, что, в свою очередь, способствует улучшению финансового положения компании, повышению уровня конкурентоспособности в отрасли, а также влияет на эффективность деятельности компании в краткосрочной и долгосрочной перспективе.

Прежде всего, дадим определение понятию «инвестиционная привлекательность». Инвестиционная привлекательность представляет собой не только финансово-экономический показатель, а также систему оценок количественных и качественных показателей, которые включают в себя оценку внешней и внутренней среды компании [1, с. 154]. Внешняя среда (макросреда) охватывает четыре группы факторов (экономические, политические, социальные и технологические), которые оказывают косвенное влияние на деятельность компании в конкретной отрасли. К внутренним факторам, влияющим на инвестиционную привлекательность, относится структура

управления компанией, объемы оказания услуг, квалификация персонала, прибыльность и рентабельность компании и пр.

Одним из инструментов определения инвестиционной привлекательности компании является метод SWOT-анализа. SWOT-анализ представляет собой метод стратегического планирования, который заключается в разделении факторов внутренней среды на сильные (S) и слабые (W) стороны деятельности компании и факторов внешней среды на возможности (O) и угрозы (T), которые не контролируются компанией и могут оказать на нее влияние [2, с.152].

Проведем SWOT-анализ деятельности медицинской организации общества с ограниченной ответственностью «Лаборатория Иммунобиологических Исследований» (ООО «ЛИИС»), оказывающей деятельность в сфере оказания услуг по лабораторной диагностике (см. таблицу 1). С помощью данного анализа определим оценку потенциала компании, а также дадим направления для реализации ее внутренних резервов (см. таблицу 2).

Таблица 1.

SWOT-анализ ООО «ЛИИС»

<i>S – Сильные стороны</i>	<i>W – Слабые стороны</i>
1. высококвалифицированный персонал; 2. большая клиентская база; 3. система скидок для постоянных клиентов; 4. оптимальный уровень цен на оказываемые услуги; 5. наличие современного оборудования; 6. наличие лицензий на оказываемые услуги	1. большое количество конкурентов; 2. ошибки в результатах исследований; 3. отсутствие рекламы; 4. наличие сбоев в бизнес-процессах (программном обеспечении, выход из строя оборудования)
<i>O – Возможности</i>	<i>T – Угрозы</i>
1. покупка усовершенствованного оборудования; 2. открытие филиалов в других городах;	1. снижение покупательской способности населения; 2. предложение новых услуг конкурентами;

3. увеличение спецификации оказываемых услуг;	3. изменение курса валют;
4. обучение персонала, повышение квалификации медицинских работников	4. отрицательные отзывы о компании в интернет-пространстве;
	5. ужесточение государственного регулирования сферы здравоохранения;
	6. рост цен на материалы поставщиков

Таблица 2.

**Благоприятные и неблагоприятные перспективы развития ООО
«ЛИИС»**

Сочетание факторов	Характеристика
Сильные стороны развития с учетом благоприятных внешних факторов	– Улучшение качества медицинских услуг за счет покупки нового оборудования. – Расширение спектра оказываемых медицинских услуг за счет обучения медицинского персонала и повышения его квалификации. – Повышение уровня конкурентоспособности и расширение сферы деятельности в других регионах за счет предложения клиентам оптимального уровня цен на услуги, системы скидок.
Сильные стороны развития с учетом неблагоприятных внешних факторов	– Сохранение клиентской базы за счет наличия скидок для постоянных клиентов и оптимального уровня цен. – Своевременное реагирование на изменения законодательства в сфере здравоохранения позволит избежать штрафов за несоблюдение требований закона.
Слабые стороны с учетом благоприятных внешних факторов	– Развитие конкурентных преимуществ за счет увеличения спектра оказываемых медицинских услуг, повышения квалификации персонала и выхода на новые рынки. – Улучшение качества оказываемых за счет создания системы учета мнения клиентов.
Слабые стороны с учетом неблагоприятных	– Конкурентоспособности компании может быть снижена в результате роста цен на материалы поставщиков. – Негативным фактором, влияющим на имидж компании,

внешних факторов	являются негативные отзывы в сети Интернет, которые не всегда являются обоснованными.
------------------	---

Выводы. Таким образом, можно выделить основной аспект деятельности ООО «ЛИИС» – социальный, компания должна ориентироваться на общество, поскольку независимо от политической или экономической ситуации в стране, сфера медицинских услуг будет востребована у населения. В связи с этим, основной целью компании является оказание качественных услуг с низкой вероятностью погрешности в интерпретации результата. Второстепенной задачей компании является повышение уровня конкурентоспособности на рынке медицинских услуг и привлечение дополнительной прибыли, что может быть реализовано благодаря использованию усовершенствованного оборудования для проведения исследований, расширению спектра оказываемых услуг, наличию гибкой системы ценообразования, повышению квалификации персонала, соблюдению законодательства.

Список литературы:

1. Ковалев В.В. Инвестиции: Учебник. М.: ООО «ТК Велби», 2014. 327 с.
2. Майсак О.С. SWOT-анализ: объект, факторы, стратегии. Проблема поиска связей между факторами // Прикаспийский журнал: управление и высокие технологии. 2013. № 1 (21). С. 151-157.