

*Юсупова Дарья Дмитриевна
студентка 3 курса,
экономика и бухгалтерский учёт,
Финансовый университет при Правительстве РФ (филиал в г. Уфе)
Россия, г. Уфа
e-mail: darya.yusupova@mail.ru*

SWOT-АНАЛИЗ КАК ИНСТРУМЕНТ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИАГНОСТИКИ

***Аннотация:** Одним из важнейших инструментов экономической диагностики является SWOT-анализ, который позволяет дать всестороннюю оценку состояния организации и среды, в которой она функционирует. Тем не менее, усложнение экономического анализа требует постоянного совершенствования этого инструмента. В работе сделана попытка улучшить качество SWOT-анализа за счет введения количественных показателей, используемых при оценке конкурентоспособности организации.*

Ключевые слова: SWOT-анализ, оценка конкурентоспособности.

*Yusupova Daria Dmitrievna
3rd year student
Economics and Accounting,
Financial University under the Government of the Russian Federation
(branch in Ufa)
Russia, Ufa*

SWOT ANALYSIS AS AN ECONOMIC DIAGNOSTIC TOOL

***Abstract:** One of the most important tools for economic diagnostics is the SWOT analysis, which allows a comprehensive assessment of the state of the organization and the environment in which it operates. However, the complexity of economic analysis requires continuous improvement of this tool. The paper attempts to improve the quality of the SWOT analysis by introducing quantitative indicators used in assessing the competitiveness of an organization.*

Key words: SWOT analysis, competitiveness assessment.

SWOT-анализ - это инструмент экономической диагностики, который оценивает её с четырёх сторон [1]:

- сильные стороны (S) это то в чем организация имеет преимущество перед своими конкурентами или некая особенность, которая дает ей дополнительные возможности по сравнению с компаниями-конкурентами;
- слабые стороны (W) - это то, в чем организация уступает своим конкурентам, или некий фактор, который отсутствует у организации, и ставит её в неблагоприятное положение по сравнению с компаниями-конкурентами;
- рыночные возможности (O) - это события или факты, которые могут оказать благоприятное воздействие на деятельность организации, или некие обстоятельства, которые можно использовать организации для получения определённых преимуществ перед компаниями-конкурентами;
- рыночные угрозы (T) - это события и факты, которые могут оказать неблагоприятные воздействия на организацию, или некие обстоятельства, которые могут привести к получению преимуществ компаниями-конкурентами.

Обычно SWOT-анализ сводится к заполнению «матрицы SWOT-анализа», имеющей четыре квадранта, описание которых было приведено выше.

Несмотря на то, что SWOT-анализ является одним из важнейших инструментов экономической диагностики, он не лишен определенных недостатков.

Преимущества и недостатки SWOT-анализа представим в таблице 1 [2].

Таблица 1. Преимущества и недостатки SWOT-анализа

Преимущества	Недостатки
Помогает компании использовать внутренние сильные стороны или отличительные преимущества в своей стратегии	SWOT-анализ это просто инструмент для получения наглядной структурированной информации, он не содержит четких рекомендаций или конкретных сформулированных ответов. Дальше - работа аналитика.
Если сильных отличительных преимуществ у компании пока нет, можно проанализировать свои потенциально сильные стороны и использовать их для достижения маркетинговых целей.	Простота SWOT-анализа обманчива, его результаты чрезвычайно зависимы от полноты и качества исходной информации. Для объективного SWOT-анализа нужны эксперты с глубоким пониманием тенденций развития рынка и его текущего состояния, или осуществить большой объем работы по сбору и анализу первичной информации.
Проанализировать все слабые и уязвимые места компании, чтобы понять, влияют ли они на конкуренцию, положение на рынке, можно ли их откорректировать, исходя из стратегических соображений?	В процессе формирования таблиц могут быть допущены механические ошибки (потеря важных факторов или включение лишних, некорректная оценка весовых коэффициентов и проч.). Их сложно выявить, кроме совсем явных ошибок, но они влияют на процесс дальнейшего анализа и приводят к неверным выводам и ошибочным стратегическим решениям.
Знать, какие ресурсы и квалификации лучше всего использовать для того чтобы получить максимально благоприятные возможности.	
Выявить угрозы, которые являются наиболее критичными для компании, предпринять ряд стратегических действий для хорошей защиты.	

Для устранения выявленных недостатков при использовании SWOT-анализа предлагается введение количественных показателей, использующихся при оценке конкурентоспособности организации [3].

Это добавит наглядности и объективности результатам SWOT-анализа.

Приведем пример SWOT-анализа ООО «Таргин КРС», который занимается в холдинге «Башнефть» капитальным и текущим ремонтом скважин.

В 2016 г. был составлен SWOT - анализ деятельности ООО «Таргин КРС» (таблица 2).

Таблица 2. SWOT-анализ деятельности ООО «Таргин КРС»

Сильные стороны	Слабые стороны
-----------------	----------------

1. Известность компании на рынке, благодаря чему занимает определенную долю рынка 2. Высокое качество 3. Серьезное внимание к промышленной и экологической безопасности 4. «Средний» ассортимент оказываемых услуг и выполняемых работ	1. Высокий уровень цен 2. Отсутствие маркетинговых исследований, что приводит к незнанию потребностей рынка 3. Закрытость организации 4. Низкий производственный потенциал
Возможности	Угрозы
1. Благоприятная конъюнктура на рынке КРС 2. Увеличение НИОКР в области КРС	1. Укрепление конкурентов 2. Ужесточение требований в КРС

Однако, данный анализ не позволяет оценить степень и уровень «слабости» и «силы» каждого фактора. Ответить на этот вопрос может использование данных оценки конкурентоспособности по каждому их факторов.

Для этого необходимо по каждой позиции (слабые и сильные стороны) ввести значения:

- абсолютный показатель самого ООО «Таргин КРС (значение А);
- лучшего показателя по отрасли (значение Б);
- относительный показатель КРС-Таргин (отношение А / Б).

По каждой позиции (возможности и угрозы) необходимо ввести балл (оценка влияния данного фактора на деятельность организации).

В результате получим более объективный и информативный SWOT-анализ деятельности ООО «Таргин КРС» (таблица 3).

Таблица 3. Конкретизированный SWOT-анализ деятельности ООО «Таргин КРС»

Сильные стороны				Слабые стороны			
Показатель	абс. показатель КРС-Таргин	лучший показатель по отрасли	отн. показатель КРС-	Показатель	абс. показатель КРС-	лучший показатель по	отн. показатель КРС-

			Таргин		Таргин	отрасл и	Таргин
1. Известность компании на рынке	12	25	0,48	1. Высокий уровень цен	5	3,5	0,70
2. Высокое качество	250	265	0,94	2. Отсутствие маркетинговых исследований	1,2	3,4	0,35
3. Серьезное внимание к промышленной и экологической безопасности	5	5	1,00	3. Закрытость организации	1	6	0,17
4. Широкий ассортимент оказываемых услуг и выполняемых работ	155	218	0,71	3. Низкий производстве нный потенциал	20	32	0,63
Возможности				Угрозы			
Показатель	балл			Показатель	балл		
1. Благоприятная конъюнктура на рынке КРС	3			1. Укрепление конкурентов	3		
2. Увеличение НИОКР в области КРС	4,5			2. Ужесточение требований в КРС	5		

Таким образом, конкретизированный SWOT – анализ позволил уточнить эффективность деятельности ООО «Таргин КРС».

Можно сделать 2 вывода [4]:

1. Среди слабых сторон можно однозначно выделить:

1) высокий уровень цен (уровень 5 при минимальном уровне на рынке – 3,5, т.е. отношение к лучшему показателю – 0,7, показывающее серьезное отставание от конкурентов);

2) отсутствие маркетинговых исследований (1,2% затрат на продвижение от объема продаж при лучшем уровне на рынке – 3,4, т.е. отношение к лучшему показателю – 0,35, показывающее серьезное отставание от конкурентов);

3) «закрытость» организации (ООО «Таргин КРС» не выходит на «открытый» рынок, т.е. обслуживает 1 клиента – «Башнефть»; при лучшем уровне на рынке – 6, т.е. отношение к лучшему показателю – 0,17, показывающее серьезное отставание от конкурентов).

4) низкий производственный потенциал, связанный с низким уровнем оснащения оборудования для выполнения КРС (20 млн. руб. / чел. при лучшем уровне на рынке – 32 млн. руб. / чел., т.е. отношение к лучшему показателю – 0,63, показывающее серьезное отставание от конкурентов).

2. Из сильных сторон можно однозначно исключить:

1) известность компании на рынке (оцененная доля составляет 12% при лучшем уровне на рынке – 25%, т.е. отношение к лучшему показателю – 0,48, что не может относиться к сильной позиции организации).

2) широкий ассортимент оказываемых услуг и выполняемых работ (количество видов работ составляет 155 ед. при лучшем уровне на рынке – 218, т.е. отношение к лучшему показателю – 0,71, что не может относиться к сильной позиции организации).

Как видно, данный анализ позволил оценить уровень и глубину слабости ООО «Таргин КРС» в сравнение с конкурентами, а также исключить ряд «сильных» сторон.

Таким образом, можно сделать вывод, что Конкретизированный SWOT – анализ является более объективным и информативным, а значит, поставленная цель работы достигнута

Список литературы:

1. Богатко А.Н. Основы экономического анализа хозяйствующего субъекта. М.: Финансы и статистика, 2018. 205 с.

2. Владимирова Л.П. Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учебное пособие. М.: 2017. 400 с.

3. Крапивная Е.В. Методика оценки конкурентоспособности организаций нефтяного сегмента рынка // Финансы. Экономика. Стратегия. Серия «Инновационная экономика: человеческое измерение». Воронеж. 2017. № 8 (58).

4. Литвиненко В.С. Методы обеспечения конкурентоспособности продукции // Стандарты и качество. М, 2019. С. 23-29.