

UDC 330:657:658

DOI: 10.34671/SCH.HBR.2021.0501.0008



©2021 Контент доступен по лицензии CC BY-NC 4.0
This is an open access article under the CC BY-NC 4.0 license
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

SWOT-АНАЛИЗ И ЕГО ЗНАЧЕНИЕ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИАГНОСТИКИ СУБЪЕКТА ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

© Автор(ы) 2021

AuthorID: 698522

SPIN: 8095-2917

ORCID: 0000-0001-8372-4706

ШНАЙДЕР Виктор Викторович, кандидат экономических наук,
доцент департамента бизнес-анализа

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
(125993, Россия, Москва, Ленинградский проспект, 49, e-mail: VVShnajder@fa.ru)*

Аннотация. Использование SWOT-анализа в современном экономическом пространстве охарактеризуется его широкими возможностями при проведении активного управления, как субъектом хозяйствования, так и экономикой в целом. SWOT-анализ относится к универсальным видам анализа. Применение данного вида анализа позволяет использовать его для разных объектов аналитики и на разных уровнях, например для анализа товаров, регионов, конкурентов, компаний и др. Преимущество SWOT-анализа при проведении аналитических процедур в том, что он представляет собой краткий анализ маркетинговой информации. В свою очередь маркетинговый анализ позволяет сделать вывод об устойчивом направлении развития бизнеса, являющегося наиболее выгодным для субъекта хозяйствования. SWOT-анализ является инструментом системного анализа и может использоваться субъектом хозяйствования при принятии бизнес-решений, как текущего порядка, так и на перспективу для определения стратегии или финансовой политики субъекта хозяйствования. В то же время результаты анализа являются своего рода вспомогательным этапом в формировании последовательности мероприятий, необходимых для достижения поставленных перед субъектом хозяйствования целей. Кроме того, следует отметить, что SWOT-анализ, несмотря на все его преимущества, имеет ряд ограничений, наиболее важным из которых является необходимость мыслить в определенных рамках, и что неизменным условием является то, что все факторы окружающей среды могут действовать только постоянно, хотя на самом деле это действие в основном незаметное. При проведении анализа нельзя рассматривать отдельные его элементы, необходима комплексная оценка всего процесса в целом. При несоблюдении данного требования в аналитических процедурах SWOT-анализа возникают ошибки. Важное значение имеет и факт того, что результаты данного анализа не долгосрочны в условиях быстро меняющегося рынка, следовательно, решение принимать необходимо сразу после проведения аналитики.

Ключевые слова: анализ, бизнес, конкуренция, мероприятия, ограничения, последовательность, преимущества, решение, среда, стратегия, цель, финансовая политика, управление, факторы, экономическая выгода, этапы, эффективность.

SWOT ANALYSIS AND ITS SIGNIFICANCE IN FORMATION OF ECONOMIC DIAGNOSTICS OF A BUSINESS ENTITY

© The Author(s) 2021

SCHNEIDER Viktor Viktorovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Department of Business Analysis

*Financial University under the Government of the Russian Federation
(125993, Russia, Moscow, Leningradsky prospect, 49, e-mail: VVShnajder@fa.ru)*

Abstract. The use of SWOT analysis in the modern economic space is characterized by its ample opportunities for active management, both by a business entity and the economy as a whole. SWOT analysis is a universal type of analysis. The use of this type of analysis allows you to use it for different objects of analytics and at different levels, for example, for analyzing goods, regions, competitors, companies, etc. The advantage of SWOT analysis when carrying out analytical procedures is that it is a brief analysis of marketing information. In turn, marketing analysis allows us to make a conclusion about the sustainable direction of business development, which is the most beneficial for a business entity. SWOT analysis is a system analysis tool and can be used by a business entity when making business decisions, both of the current order and for the future to determine the strategy or financial policy of the business entity. At the same time, the results of the analysis are a kind of auxiliary stage in the formation of a sequence of measures necessary to achieve the goals set for the business entity. In addition, it should be noted that SWOT analysis, despite all its advantages, has a number of limitations, the most important of which is the need to think within a certain framework, and that the invariable condition is that all environmental factors can only act constantly, although in fact, this action is mostly invisible. When conducting an analysis, one cannot consider its individual elements; a comprehensive assessment of the entire process as a whole is required. Failure to comply with this requirement will cause errors in the analytical procedures of the SWOT analysis. It is also important that the results of this analysis are not long-term in a rapidly changing market, therefore, a decision must be made immediately after the analysis.

Keywords: analysis, business, competition, activities, constraints, consistency, advantages, solution, environment, strategy, goal, financial policy, management, factors, economic benefit, stages, efficiency.

ВВЕДЕНИЕ

Изменения в мировых экономических процессах на первый план при осуществлении бизнеса выдвигают наиболее приоритетные задачи экономического, социального и экологического значения. Приоритетность свойственна и финансовой информации, которая должна обеспечивать достоверность представленной информации для формирования эффективной текущей и перспективной политики развития субъекта хозяйствования. Выше изложенное способствует повышению устойчивости развития субъекта хозяйствования в долгосрочной перспективе, которое в свою очередь обеспечивается посредством проведения аналитических процедур сформированных на основе различных методик и используют

наиболее эффективные методы анализа. Одним из эффективных методов анализа является SWOT-анализа.

МЕТОДОЛОГИЯ

Методология исследований в области анализа конкурентной среды, продвижения товаров на экономическом рынке не имеет значимости, если не используются возможности SWOT-анализа. Теоретическая и методологическая основа проведенного исследования опирается на труды специалистов в области анализа, а именно: В.И. Бариленко [1], Вилков [2], О.А.А. Владыкин [3], О.В. Ефимовой [1, 4, 5], Е.В. Никифоровой [1, 5-9], Г.В. Сергеевой [1], О.В. Шнайдер [5, 6, 10], И.Г. Ушанова [6] и др.

РЕЗУЛЬТАТЫ

В современном мире с учетом увеличения количества информации большинство компаний принимают свои решения, используя стратегию управления, основанную на анализе данных, аналитика учитывает множество факторов, а не личные мнения, такой подход позволяет минимизировать различного рода убытки от человеческого фактора и улучшить показатели производства компании.

Сканирующим методом, а точнее методом сканирующим окружающую среду является метод - SWOT-анализа (от «swot analysis»).

Акроним SWOT в том виде, который используется сейчас, был предложен К. Эндрюсом [11, с. 104].

SWOT-анализ - это определение сильных и слабых сторон организации, внешних угроз и возможностей, которые могут препятствовать или поддерживать организацию в ее деятельности и развитии [12, с. 63].

Место проведения SWOT-анализа в процессе корпоративного управления показано на рисунке 1.



Рисунок 1 - Место SWOT-анализа в процессе корпоративного управления

(Источник: [13, с. 79])

Ключевые этапы SWOT-анализа показаны на рисунке 2.

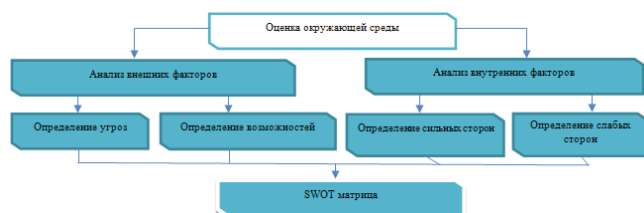


Рисунок 2 - Уровни SWOT-анализа

(Источник: [13, с. 106])

SWOT-анализ очень универсален, его можно провести:

- 1) для компании в целом, а также для рынка, на котором представлена (или может присутствовать) ее продукция;
- 2) по видам продажи продукции;
- 3) для оценки организации продаж и уровня квалификации специалистов, занимающихся продажами;
- 4) для своих основных конкурентов и их продуктов.

Ведущие российские специалисты в области анализа выделяют основные ограничения использования SWOT-анализа (см. рисунок 3).

SWOT-анализ помогает определить причины, по которым компания на рынке действует эффективно или неэффективно.

Данный вид анализа по своей сути представляет собой точный маркетинговый анализ информации о деятельности компании, позволяющий сделать вывод о необходимом направлении развития для организации, которому она должна следовать.

Матрица SWOT - это последний шаг в создании SWOT-анализа деятельности компании, который поможет сделать правильные выводы из анализа и найти правильные стратегии роста для компаний.

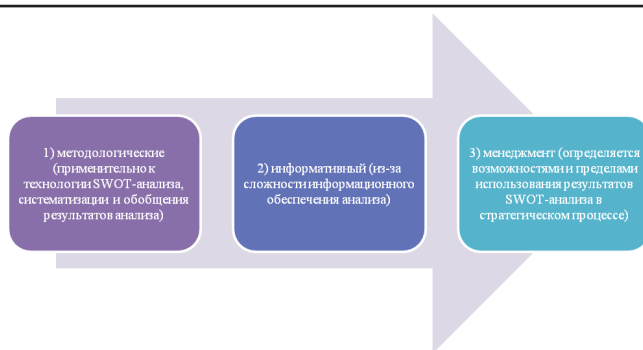


Рисунок 3 - Ограничения при использовании SWOT-анализа

Для того чтобы сформировать матрицу SWOT-анализа, необходимо суммировать все данные, полученные в ходе оценки внешней и внутренней среды компании, в таблице, состоящей из четырех секторов: сильные и слабые стороны, возможности, угрозы.

SWOT-матричный анализ будет показан графически на рисунке 3.

Внутренние факторы	Сильные стороны	Слабые стороны
Внешние факторы	Навыки	Угрозы

Рисунок 3 - Матричный SWOT-анализ

(Источник: [14, с. 64])

В настоящее время на практике активно используются различные формы SWOT-анализа:

1. Экспресс-анализ - самый популярный вид SWOT-анализа, потому что он легко выполняется и является качественным, так как позволяет определить сильные стороны субъекта хозяйствования, способствующие борьбе с угрозами и его возможностями извне.

2. Сводный анализ - это анализ, в котором представлены только основные показатели, характеризующие деятельность субъекта хозяйствования в данный момент, а также определяющие перспективы развития. Следовательно, этот анализ следует проводить в завершении стратегического вида анализа.

3. Смешанный анализ - это анализ, сочетающий сводный и быстрый анализ. Чтобы провести смешанный анализ, необходимо провести стратегический анализ, а затем объединить все факторы в таблице и сформировать кросс-матрицу. Этот анализ отличается глубиной анализа, но в то же время подчеркивает негативный психологический фактор, суть которого заключается в том, что при создании матрицы все факторы, включенные в сводную таблицу, имеют достаточный характер или наоборот забываются. [15, с. 159].

Как правило, SWOT-анализ не включает экономические категории и поэтому может применяться к странам, организациям и отдельным лицам с целью разработки стратегии в разных сферах деятельности объектов анализа.

ВЫВОДЫ

В заключении отметим, что основные данные для оценки возможностей и рисков могут быть вызваны при выполнении анализа окружающей среды, такого как анализ силы Портера или анализ PEST. Для анализа сильных и слабых сторон внутренней среды существует множество методов изучения организации, таких как: Анализ цепочки создания стоимости, шесть сигм, различные матрицы и многое другое. SWOT-анализ можно рассматривать как заключительную фазу стратегического анализа, включая синтез стратегий и анализ рисков.

Таким образом, SWOT-анализ является одним из ключевых инструментов стратегического управления компанией.

REFERENCES:

1. Barilenko V.I., Efimova O.V., Nikiforova E.V., Sergeeva G.V. Information and analytical support of the mechanism of sustainable development

of economic entities // RISK: Resources, information, supply, competition. 2015. No. 2. S. 128-135.

2. Vilkov IN Financial strategy as a factor of sustainable development of the company [Text] / IN Vilkov, IV Agapova // Problems and prospects of economics and management: materials III. International. scientific. conf. (St. Petersburg, December 2019). - SPb.: Zanevskaya area, 2019 - p. 109-111.

3. Vladykin A.A. Strategic planning as the main element of the innovative mechanism for managing changes in the company when implementing projects when choosing management decisions [text] / A.A. Vladykin // Innovative Economy: Materials of the International. scientific. conf. (Kazan, October 2018).

4. Efimova O.V. Analysis and assessment of the effectiveness of economic entities in the field of sustainable development // Accounting, Analysis, Audit. No. 1/2014, p. 51-59.

5. Efimova O.V., Nikiforova E.V., Basova M.M., Shnaider O.V., Ushanov I.G. Practice of non-financial reporting disclosure by russian companies: bridging the gap between company disclosures on sustainability and stakeholders' needs // In: ACM International Conference Proceeding Series Proceedings of the 5th International Conference on Engineering and MIS.CEMIS 2019. 2019. . eleven.

6. Nikiforova E.V., Schneider O.V., Ushanov I.G. Certain methodological aspects of determining the effectiveness of the activities of representative offices of economic entities of the Russian Federation // Azimuth of scientific research: economics and management. 2019.Vol. 8.No. 4 (29). S. 297-299.

7. Nikiforova E.V., Ivanova A.N. Disclosure of financial risks in the financial statements of the organization // Vector of Economics. 2019. No. 4 (34). P. 4.

8. Petrov A.M., Nikiforova E.V., Kiseleva N.P., Grishkina S.N., Lihtarova O.V. Creation of the reporting on sustainable development of companies based on socioeconomic measurement statistics // International Journal of Recent Technology and Engineering. 2019.Vol. 8.No. 2.P. 4005-4012.

9. Nikiforova E.V., Vokina E.B., Berdnikova L.F. Methodological aspects of strategic analysis in determining the sustainable development of an organization // Actual problems of economics. 2015.Vol. 166.No. 4. P. 44-50.

10. Borovitskaya M., Sherstobitova A., Shnayder O. Enterprise competitiveness as an informative characteristic of leadership // In the collection: Advances in social science, education and humanities research Proceedings of the 2nd International Conference on Social, IC and Academic 2018). 2018.S. 110-114.

11. Kurlykov A.V. / Strategic management: Textbook / - M.: IGO RIOR: SIC INFRA-M, 2017. -- 176 p.

12. Knyshova E.N., Panfilov E.E. / Economics of the organization: textbook / - M.: ID FORUM: SRC Infra-M, 2018. -- 336 p.

13. Lapygin Yu.N. / Strategic management: Textbook / - 2nd edition - M.: SRC INFRA-M, 2018 - 208 p.

14. Kazankov I.S., Kolchenko Yu.S. SWOT-analysis of the tourism and recreation industry of the Kaliningrad region using the expert method for scoring alternatives // Young Scientist. - 2019. - No. 19.1. - S. 79-82.

15. Alexandrova A. V., Kurashova S. A., Kazakova N.A., Kondrashev N.N. / Strategic management: Textbook. - M.: SRC Infra-M, 2019. -- 320 p.

Received date: 23.11.2020

Revised date: 01.12.2020

Accepted date: 27.02.2021