

Мотова А.В.

Научный руководитель: профессор, д.т.н. Кузнецов Б.Л.

Набережночелнинский институт КФУ

Выявление сильных и слабых сторон с помощью SWOT-анализа как синергетический потенциал системы

Аннотация: Анализ деятельности системы - отправная точка на пути её развития. В зависимости от своей классификации, системы могут плохо поддаваться анализу. Благодаря своим положительным свойствам, SWOT-анализ может стать одним из первых предпринимаемых шагов для большинства организаций и социально-экономических структур.

Ключевые слова: SWOT-анализ, экономическая синергетика, системный анализ.

В связи с потребностью перехода к инновационной экономике приобретает актуальность проблема изучения синергетического потенциала экономических систем.

Изучение синергетических эффектов, обусловленное развитием естественных наук под влиянием идей Ильи Романовича Пригожина, получило продолжение и в экономической синергетике. Экономическая синергетика – это научное направление, которое исследует изменения в экономических системах с использованием идей, принципов, положений и моделей синергетики на основе построения и исследования нелинейных, неравновесных, динамических моделей.

Экономическая синергетика – это мощная методология развития, так как область ее применения это не только процессы на макроэкономическом уровне, но и процессы на микроэкономическом уровне (на уровне корпораций, предприятий малого и среднего бизнеса).

Синергетика изучает и объясняет образование и самоорганизацию моделей и структур в открытых системах. Фундаментальной характеристикой открытой системы является нелинейность. Нелинейная

система обязательно многомерна, многовариантна и не поддаётся классическим методам описания, что порождает потребность в выработке таких методов, которые отвечали бы условиям задачи.

Проанализировать процессы компании можно с помощью синергетической методологии. В последнее время системный анализ в форме SWOT-анализа нашел широкое применение в процессе выявления сильных и слабых сторон, а также возможностей и угроз, исходящих из внешней среды, при решении задач стратегического развития. Данный метод распространился в конце XX – начале XXI веков. Появление SWOT-анализа связано с применением синергетического подхода к исследованию социально-экономических процессов. На современном этапе своего развития SWOT-анализ как метод достаточно хорошо разработан и представлен в работах многих исследователей.

Компании, как и любые системы, отграничены от внешней среды. В то же время они с ней связаны, так как внешняя среда является источником ресурсов. Также организации передают во внешнюю среду продукты жизнедеятельности. Таким образом, внешняя среда – это обязательное условие существования систем, поэтому функционирование организации определяется содержанием и глубиной знаний о внешней среде.

Внешняя среда может восприниматься как система с благоприятными параметрами, а также как система с неблагоприятными параметрами.

SWOT-анализ – это инструмент стратегического анализа и планирования. Его применяют для оценки явлений и факторов, которые могут оказать влияние на компанию или проект.

Аббревиатура SWOT произошла от английских слов: strengths (положительные стороны), weaknesses (слабые стороны), opportunities (потенциальные возможности), threats (потенциальные угрозы).

Разберем эти составляющие подробнее.

1) Если встречаются сильные стороны и возможности: внутренний потенциал компании (положительные стороны) позволяет в полной мере

использовать существующие возможности (т.е. наблюдается позитивная тенденция).

2) Если сильные стороны и угрозы: положительные стороны компании позволяют минимизировать существующие угрозы (что также является позитивной тенденцией).

3) Если слабые стороны и возможности: негативные стороны компании связаны с высокими затратами, однако благодаря повышению доходов людей конкуренция способна перейти в неценовую сферу.

4) Если слабые стороны и угрозы: высокие затраты ухудшают позицию компании при активизации конкурентов (отрицательная тенденция).

SWOT-анализ обозначает цели проекта, определяет внешние и внутренние факторы, которые оказывают влияние на достижение цели или наоборот, мешают ее достижению.

В виде таблицы SWOT-анализ можно представить следующим образом:

	Положительные факторы	Негативные факторы
Внутренняя среда	Сильные стороны - Strengths (характеристики коллектива или проекта, являющиеся преимуществами перед другими компаниями в отрасли)	Слабые стороны - Weaknesses (характеристики, ослабляющие компанию или проект)
Внешняя среда	Возможности - Opportunities (внешние потенциальные возможности, т.е. факторы, которые могут помочь достичь цель)	Угрозы - Threats (внешние потенциальные угрозы, т.е. факторы, которые могут стать препятствием на пути достижения цели)

Особенностью SWOT-анализа является то, что при исследовании можно выбрать любой объект анализа, будь то система, продукт, компания, завод, страна, образовательное учреждение и даже человек.

Так, в качестве примера можно привести следующие виды SWOT-анализа:

- SWOT-анализ деятельности фирмы или производственного предприятия,

- SWOT-анализ деятельности государственной или некоммерческой организации,
- SWOT-анализ деятельности образовательного учреждения,
- SWOT-анализ определенной территории: страны, региона, района или города,
- SWOT-анализ отдельного проекта, отдела,
- SWOT-анализ определенного рынка или отрасли,
- SWOT-анализ конкурентоспособности бренда, товара, продукта или услуги,
- SWOT-анализ личности.

Правила, которые помогут избежать ошибок и извлечь максимум пользы из SWOT-анализа:

Правило 1. Конкретизация области исследования.

Для объективного SWOT-анализа необходимо сегментировать изучаемую систему по признакам. Применять общий анализ, охватывающий всю систему, нецелесообразно, так как результаты получатся слишком обобщенными и бесполезными. Фокусирование SWOT-анализа на конкретном сегменте обеспечит выявление наиболее важных сильных и слабых сторон, возможностей и угроз.

Правило 2. Четкое уяснение понятий.

Элементы SWOT существенно отличаются друг от друга, в частности относительно происхождения и сфер влияния. Например, сильные и слабые стороны — это внутренние характеристики системы, следовательно, они подконтрольны ей. Возможности и угрозы — это внешние, объективные, независимые характеристики рыночной среды, и они неподвластны влиянию.

Правило 3. Установление оценок с позиций рынка.

Сильные и слабые стороны — это понятия субъективные. Поэтому мнения по поводу этих характеристик должны высказывать не руководители и даже не конкуренты, а клиенты, покупатели, партнёры, инвесторы. Как они

считают и воспринимают данные элементы – так и есть в действительности. Сильные стороны будут считаться таковыми до тех пор, пока рынок их воспринимает как конкурентоспособные.

Правило 4. Стремление к объективности.

Для объективного анализа следует использовать разносторонние входные данные. Если нет возможности получить результаты обширных маркетинговых исследований, можно организовать групповую дискуссию с обменом идеями, узнать и учесть точки зрения всех функциональных подразделений компании. Для точности и глубины анализа этот вариант подходит больше. Любая информация или исходные данные должны быть подкреплены аргументированными доказательствами (официальные письма, подтвержденные цитаты, статистика по отрасли, отчеты в прессе, сведения от дилеров, мнения и комментарии покупателей, правительственные публикации).

Правило 5. Точность формулировок.

Чем точнее формулировки, тем полезнее будет анализ. Следовательно, надо избегать пространных, неконкретизированных и двусмысленных заявлений.

SWOT-анализ эффективен при осуществлении начальной оценки текущей ситуации, однако он не может заменить выработку стратегии или качественный анализ динамики.

SWOT-анализ обладает некоторыми преимуществами. Данный метод анализа универсален, его применяют в самых разнообразных сферах экономики и управления. Его можно адаптировать к объекту исследования любого уровня (продукт, предприятие, регион, страна и пр.). SWOT-анализ – это гибкий метод, позволяющий свободно выбирать анализируемые элементы в зависимости от поставленных целей. Данный метод также может использоваться как для оперативной оценки, так и для стратегического планирования на длительный период. Преимущества SWOT-анализа заключаются в том, что он позволяет достаточно просто, в правильном

разреze взглянуть на положение компании, товара или услуги в отрасли, и поэтому является популярным инструментом в управлении рисками и принятии управленческих решений.

Недостатками SWOT-анализа являются:

- SWOT-анализ показывает только общие факторы. Конкретные мероприятия для достижения поставленных целей надо разрабатывать отдельно.
- Зачастую при SWOT-анализе происходит лишь перечисление факторов без выявления основных и второстепенных, без детального анализа взаимосвязей между ними.
- Результаты SWOT-анализа, как правило, представлены в виде качественного описания, в то время как для оценки ситуации часто требуются количественные параметры.
- SWOT-анализ является довольно субъективным и чрезвычайно зависит от позиции и знаний того, кто его проводит.
- Для качественного SWOT-анализа необходимо привлечение больших массивов информации из самых разных сфер, что требует значительных усилий и затрат.

Результатом проведения SWOT-анализа предприятия является план действий с указанием сроков выполнения, приоритетности выполнения и необходимых ресурсов на реализацию.

SWOT-анализ рекомендуется проводить минимум раз в год в рамках стратегического планирования и при формировании бюджетов. SWOT-анализ очень часто является первым шагом бизнес-анализа при составлении маркетингового плана.

Таким образом, можно привести алгоритм построения матрицы SWOT:

1 шаг: Выделение 3-5 сильных сторон компании

2 шаг: Выделение 3-5 слабых сторон компании

3 шаг: Выделение основной стратегической возможности

4 шаг: Выделение основной рыночной угрозы

5 шаг: Поиск положительной синергии: Сильные стороны и Рыночные возможности

6 шаг: Устранение отрицательной синергии: Слабые стороны и Угрозы
- поиск баланса

7 шаг: Сильные стороны - слабые стороны, Сильные стороны-угрозы, Возможности - угрозы

8 шаг: Сравнение сильных и слабых сторон среди 3-5 конкурентов, выделение конкурентных преимуществ.

9 шаг: Построение сравнительного графика конкурентных позиций.

SWOT-анализ занимает важную роль в формировании стратегии действия, которая будет вести некий субъект (компанию, человека, общественную организацию и т.п.) к достижению цели. Несмотря на то, что SWOT-анализ требует параллельного использования других современных методов исследования, что вызывает дополнительное удорожание анализа, именно SWOT-анализ позволяет выявить имеющиеся или вероятные проблемы предприятия, разработать дерево целей для антикризисного управления и сформулировать сценарий развития предприятия на планируемый период в целях предотвращения или вывода организации из кризиса.

Список источников

1. Управленческие решения. Учебник Под ред. Меркурьевой Ю.В.
2. Кузнецов Б.Л. Основы общей теории систем. Набережные Челны: Изд-во КамПИ, 1998.