

ЗАСТОСУВАННЯ SWOT-АНАЛІЗУ В СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ БІЗНЕСОМ

А. В. Гершун, студентка спеціальності Менеджмент, група МЕН 6-41

Т. О. Гусаковська, канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри менеджменту – науковий керівник

Полтавський університет економіки і торгівлі

Актуальність стратегічного управління зумовлена швидкими змінами в бізнес-середовищі, глобалізацією, зростаючою конкуренцією та невизначеністю ринкових умов. У сучасних умовах підприємства змушені не лише оперативно реагувати на виклики, а й проактивно формувати стратегії для сталого розвитку та досягнення конкурентних переваг. Стратегічне управління дозволяє підприємствам визначати ключові цілі, ефективно розподіляти ресурси, аналізувати ризики та адаптуватися до зовнішніх і внутрішніх факторів впливу.

Для реалізації стратегічного управління використовується широкий спектр аналітичних інструментів, серед яких особливе місце займає SWOT-аналіз. Цей метод дозволяє оцінити внутрішні сильні та слабкі сторони компанії, а також визначити зовнішні можливості та загрози, що дає змогу розробити найбільш ефективні стратегічні рішення. Окрім SWOT-аналізу, популярними інструментами є PEST-аналіз, матриця BCG, модель Портера, Balanced Scorecard та інші [1]. Їхнє застосування допомагає підприємствам краще розуміти ринкову ситуацію, прогнозувати майбутні тенденції та формувати гнучкі стратегії для довгострокового успіху.

SWOT-аналіз – один з ключових інструментів стратегічного управління підприємствами. Його назва складається з англійських слів: Strengths (сильні сторони), Weaknesses (слабкі сторони), Opportunities (можливості), Threats (загрози). Метод дозволяє всебічно оцінити зовнішнє середовище та внутрішні ресурси компанії, що сприяє прийняттю обґрунтованих управлінських рішень [1].

Процес SWOT-аналізу включає:

- збір і систематизацію даних про ринок та діяльність підприємства;
- визначення сильних і слабких сторін;
- аналіз зовнішніх можливостей і загроз;
- встановлення стратегічних пріоритетів.

До основних переваг методу належать простота застосування, універсальність та орієнтація на стратегічні рішення. SWOT-аналіз не вимагає складного програмного забезпечення та може бути адаптований для будь-якого виду бізнесу, від малого підприємництва до великих корпорацій [2].

Проте метод має й певні недоліки:

- суб'єктивність оцінювання факторів;
- відсутність кількісної оцінки;
- потреба у поєднанні з іншими аналітичними інструментами (PEST-аналіз, фінансове моделювання) [2, 3].

Ефективність застосування SWOT-аналізу значно підвищується у разі:

- залучення експертів для об'єктивного визначення факторів;
- регулярного оновлення результатів відповідно до змін ринкового середовища;
- використання чітких показників для кожної категорії факторів.

Отже, SWOT-аналіз є важливим, проте не єдиним методом стратегічного аналізу. Його доцільно поєднувати з іншими інструментами, щоб забезпечити гнучке й ефективне управління розвитком підприємства.

Список використаних інформаційних джерел

1. Копчак Ю., Лобунець Т., Луковський Р. SWOT-аналіз як важливий інструмент у розробці стратегії бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2024. № 61. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-146>.
2. Підвисоцька О. В. Переваги та недоліки SWOT-аналізу у бізнес-плануванні. Концептуальні шляхи розвитку науки та освіти: матеріали XI Міжнар. наук.-практ. конф. м. Львів, 9–10 травня 2024 року. Львів: Львівський науковий форум, 2024. 154 с.
3. Портер М. Конкурентна стратегія. Техніки аналізу галузей і конкурентів. Київ: Наш формат. 2020. – 416 с.

ПЕРЕДУМОВИ ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

М. П. Голодняк, здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти спеціальності Підприємництво та торгівля

І. А. Франів, д-р екон. наук, професор, завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та логістики – науковий керівник Львівський торговельно-економічний університет

У сучасних ринкових умовах підприємство має прагнути до максимізації прибутку. Це означає досягнення такого рівня до-