



УДК 65.012.32 (477)

SWOT-АНАЛІЗ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Студ. Ж.С. Коваленко, гр. БМТБ-1-17

Науковий керівник к.е.н., ст. викл. Будякова О.Ю.

Київський національний університет технологій та дизайну

Мета і завдання. Мета – обґрунтування сутності SWOT-аналізу, його структури та послідовності розбору аналізу підприємства.

Завдання – розкрити основну мету SWOT-аналізу на прикладі підприємства.

Об'єкт та предмет дослідження: процеси господарської діяльності підприємства.

Результати дослідження. У сучасних умовах розвитку ринку, підприємствам, що укоренилися в ньому, і тими, що тільки виходять на ринок, доводиться усе складніше [1]. Їх проблеми пов'язані з високим рівнем жорсткої конкуренції, надлишком подібних товарів та послуг, зростаючими вимогами споживачів до якості продукції. Тому, для успішного виживання та функціонування підприємства, підвищення якості та конкурентоспроможності її продукції, треба вміти передбачати труднощі, з якими вона може зіткнутися у майбутньому. Одним з основних інструментів стратегічного управління, який оцінює в комплексі внутрішні і та зовнішні чинники, які впливають на розвиток підприємства є SWOT-аналіз. SWOT – початкові літери слів Strengths (Сильні сторони), Weaknesses (Слабкі сторони), Opportunities (Можливості), Threats (Загрози). Спочатку SWOT-аналіз був заснований на висвітленні та структуризації знань про поточну ситуацію та тенденції, а з часом став використовуватися для конструювання стратегій.

SWOT-аналіз – це процес встановлення зв'язків між найхарактернішими для підприємства можливостями, загрозами, сильними сторонами (перевагами), слабкостями, результати якого в подальшому можуть бути використані для формулювання та вибору стратегій підприємства. Він проводиться з метою дослідження підприємства як господарюючої системи у певному ринковому середовищі. SWOT-аналіз – це своєрідний інструмент; він не містить остаточної інформації для прийняття управлінських рішень, але дає змогу впорядкувати процес обмірковування всієї наявної інформації з використанням власних думок та оцінок. SWOT-аналіз дає змогу формувати загальний перелік стратегій підприємства з урахуванням їхніх особливостей – адаптації до середовища або формування впливу на нього.

Головною метою проведення SWOT-аналізу є отримання достовірних даних про можливості підприємства та загрози просування його на ринку товарів та послуг. Тому, для досягнення цієї мети перед SWOT-аналізом ставляться наступні завдання: виявлення маркетингових можливостей, які відповідають ресурсам підприємства; визначення маркетингових загроз та розробка заходів щодо знешкодження їх впливу; виявлення сильних сторін підприємства й зіставлення їх з ринковими можливостями; визначення слабкостей підприємства та розроблення стратегічних напрямів їх подолання; виявлення конкурентних переваг підприємства та формування її стратегічних пріоритетів.

Методика проведення SWOT-аналізу передбачає здійснення декількох етапів:

1. Визначення власних сильних та слабких сторін підприємства. Перший етап дозволяє визначити, які сильні сторони та недоліки підприємства. Для цього необхідно: скласти перелік параметрів, по якому оцінюватиметься підприємство; по кожному параметру визначити, що є сильною стороною підприємства, а що – слабкою; зі всього переліку вибрати найбільш важливі сильні та слабкі сторони підприємства.

2. Визначення ринкових можливостей та погроз. Це своєрідна «розвідка місцевості» – оцінка ринку. Цей етап дозволяє оцінити ситуацію поза підприємством та зрозуміти, які є можливості, а також, яких погроз слід побоюватися.



3. Зіставлення сильних та слабких сторін підприємства з можливостями та погрозами ринку. Для зіставлення можливостей підприємства умовам ринку та узагальнення результатів SWOT-аналізу застосовується матриця SWOT.

SWOT-аналіз в порівнянні з іншими методами має як переваги, так і недоліки. Основною його перевагою є простота і можливість витратити невеликі кошти на його проведення, а також гнучкість та наявність безліч варіантів. Також, це систематизація знань про внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на процес стратегічного планування; можливість визначити конкурентні переваги підприємства; періодично проводити діагностику ринку та ресурсів підприємства. Недоліками SWOT-аналізу, які потрібно враховувати є: неможливість врахування всіх сил та слабкостей, можливостей та загроз; суб'єктивність вибору та ранжування чинників зовнішнього та внутрішнього середовища.

Розробка стратегії створення ефективного управління персоналом підприємств здійснюється на основі глибокого систематичного аналізу чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, в результаті чого може бути представлена цілісна концепція розвитку персоналу та підприємства в цілому відповідно до її стратегії [2]. Вплив чинників внутрішнього середовища має великий вплив на вторинні, придбані потреби, такі, як самоповага, самовираження, соціальні прихильності, потреба в причетності. А чинники зовнішнього середовища, здебільшого прямого впливу, – на первинні мотиваційні потреби, такі, як матеріальні потреби та потреби в безпеці. Це необхідно враховувати керівництву підприємств при розробці кадрової політики по відношенню до своїх співробітників. В результаті аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища за допомогою SWOT-аналізу виявляються сильні та слабкі сторони підприємства в області управління персоналом, а також можливості, які вона має, та загрози, яких слід уникати. Після складання конкретного списку слабких та сильних сторін підприємства в сфері персоналу, а також загроз та можливостей наступний етап – встановлення зв'язків між ними. Завдання фахівця служби управління персоналом полягає в тому, щоб за допомогою цих полів розглянути всі можливі парні комбінації і виділити ті з них, які повинні бути враховані при розробці стратегії управління персоналом. Тому критеріями вибору стратегії можуть бути обсяги виділених для її реалізації ресурсів, тимчасові обмеження, наявність достатнього професійно-кваліфікаційного рівня персоналу та деякі інші. В цілому вибір стратегії ґрунтується на сильних сторонах та розробці заходів, що підсилюють можливості організації в конкурентному середовищі за рахунок переваг в сфері персоналу.

Висновки. Проведення SWOT-аналізу має важливе значення для здійснення стратегічного планування, оскільки його методика – ефективний, доступний, дешевий засіб оцінки стану проблемної та управлінської ситуації підприємства. Він дозволяє систематизувати проблеми підприємства; краще розуміти структуру ресурсів, на які слід опиратися в удосконаленні діяльності та розвитку підприємства на перспективу; виділяти та використовувати нові потенційні можливості швидше, ніж конкуренти; вибрати оптимальний варіант розвитку та уникнути небезпек; приймати зважені рішення, що стосуються розвитку бізнесу. Вчасно прийняті стратегічні рішення грають сьогодні ключову роль в успішній діяльності підприємства. Саме вони роблять вирішальний вплив на конкурентоспроможність продукції і підприємства в цілому.

Ключові слова: підприємство, аналіз, господарська діяльність, персонал.

ЛІТЕРАТУРА

1. Сучасні проблеми економічного розвитку України: монографія / за ред. О.В. Ольшанської, А.О. Мельник, Т.Є. Воронкової – К.: ТОВ «ДКС центр», 2018. – 184 с. – С. 18-27.
2. Денисенко М.П. Сучасні стратегії управління персоналом підприємств / М.П. Денисенко, О.Ю. Будякова // Приазовський економічний вісник. – 2018. – № 5(10). – С. 175-181.
3. Денисенко М.П. Кадрова політика як основа формування інноваційної стратегії управління персоналом підприємств / М.П. Денисенко, О.Ю. Будякова // Вчені записки Університету "КРОК" (економічні науки). – № 4(52). – 2018. – С. 231-238.