

УДК 658.5

**ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЯ С ПРИМЕНЕНИЕМ SWOT-АНАЛИЗА**

Желтова Е.А.

магистрант,

*Пензенский государственный университет архитектуры и строительства,
Пенза, Россия*

Карпова О.В.

к.т.н., доцент,

*Пензенский государственный университет архитектуры и строительства,
Пенза, Россия*

Аннотация

Рассмотрены цели и назначение SWOT-анализа. Построена и проанализирована матрица SWOT-анализа, а также матрицы возможностей и угроз конкретного предприятия. Выявлены его слабые и сильные стороны. Рассмотрены возможности предприятия, используя которые оно может обеспечить себе конкурентоспособность на рынке.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, SWOT-анализ, сильные и слабые стороны предприятия, матрица возможностей, матрица угроз

**COMPETITIVENESS ASSESSMENT
ENTERPRISE, USING THE SWOT ANALYSIS**

Zhelтова, E. A.

undergraduate,

*Penza state University of architecture and construction,
Penza, Russia*

Karпова O. V.

PhD, associate Professor,

*Penza state University of architecture and construction,
Penza, Russia*

Annotation

The purposes and purpose of SWOT analysis are considered. The matrix of SWOT-analysis, as well as the matrix of opportunities and threats of a particular enterprise is constructed and analyzed. Its strengths and weaknesses are revealed. The possibilities of the enterprise, using which it can ensure its competitiveness in the market, are considered

Keywords: competitiveness of the enterprise, SWOT analysis, strengths and weaknesses of the enterprise, the matrix of opportunities, the matrix of threats

В процессе функционирования любое предприятие сталкивается с определёнными проблемами и задачами, решение которых требует использования различных управленческих методик и технологий. Анализ таких задач дает возможность выявить основные характеристики конкурентоспособности предприятия, которые отражают его положение на рынке однородной продукции [3].

Первостепенной задачей любого предприятия является разработка стратегии его развития с позиции формирования долгосрочных целей и задач. Основой для этого может служить SWOT-анализ, как один из наиболее известных видов анализа в маркетинге.

Данный анализ позволяет выявить слабые стороны деятельности предприятия и определить объекты бенчмаркинга:

- ценовая стратегия предприятия;
- внедрение современных технологий и оборудования;
- повышение квалификации кадров;
- наличие системы менеджмента качества.

Целью SWOT-анализа является оценка конкурентоспособности предприятия, формулирование основных направлений развития производства через систематизацию имеющейся информации о сильных и слабых сторонах

предприятия, а также о потенциальных возможностях и угрозах, что позволяет выстраивать стратегию дальнейшего развития предприятия, а также разработать план корректирующих действий [1].

Проведем SWOT-анализ для ООО «Строительные Материалы» г. Пензы, которое является производителем бетонных и железобетонных конструкций. Как и для каждого предприятия, главная его цель - повышение конкурентоспособности, получение прибыли. Миссией предприятия является производство качественной продукции и удовлетворение потребностей потребителей [2].

Была разработана матрица SWOT-анализа применительно к ООО «Строительные Материалы» (таблица 1).

Таблица 1 - Матрица SWOT-анализа ООО "Строительные Материалы"

<p>Возможности и угрозы</p> <p>Сильные и слабые стороны</p>	<p>О</p> <p>1. Расширение производства 2. Привлечение новых клиентов 3. Возможность повышения квалификации персонала 4. Использование современных технологий</p>	<p>Т</p> <p>1. Повышение требований к качеству продукции клиентами предприятия при одновременном уменьшении объема потребления 2. Увеличение конкуренции 3. Увеличение затрат на производство 4. Рост налогов</p>
<p>S</p> <p>1. Хорошая репутация у потребителей 2. Стабильное качество 3. Квалифицированный персонал 4. Большой опыт работы на рынке</p>	<p>Расширение производства и использование современных технологий возможно за счет наличия квалифицированного персонала. Привлечение новых клиентов возможно за счет хорошей репутации.</p>	<p>За счет расширения производства можно уменьшить выплату налогов. Хорошая репутация, большой опыт и стабильное качество продукции помогут предприятию сохранить позиции на рынке.</p>
<p>W</p> <p>1. Устаревшее оборудование 2. Недостатки в рекламной политике</p>	<p>При расширении производства возможно приобретение нового оборудования. Привлечение сотрудников</p>	<p>Пересмотр рекламной политики позволит снизить конкуренцию посредством привлечения новых клиентов и работников. За счет замены</p>

	маркетинговым образованием поможет в налаживании рекламной кампании.	оборудования возможно уменьшение затрат.
--	----------------------------------------------------------------------	------------------------------------------

Анализируя получившуюся матрицу, можно сделать вывод, что слабые стороны ООО «Строительные Материалы» определены устаревшим оборудованием и недостатками в рекламной политике.

Однако предприятие имеет и сильные стороны: обладает хорошей репутацией у потребителей, стабильным качеством, квалифицированным персоналом, а также имеет большой опыт работы на рынке. За счет своих сильных сторон ООО «Строительные Материалы» может реализовать следующие возможности: расширить производство, привлечь новых клиентов, повысить квалификацию персонала, использовать современные технологии [4].

С помощью метода позиционирования каждой конкретной возможности была построена матрица возможностей (таблица 2).

Таблица 2 - Матрица возможностей

	Сильное влияние	Умеренное влияние	Малое влияние
Высокая вероятность	Привлечение новых клиентов Использование современных технологий	Расширение производства	-
Средняя вероятность	Возможность повышения квалификации персонала	-	-
Низкая вероятность	-	-	-

Наибольшее значение имеют такие возможности для предприятия, как привлечение новых клиентов и использование современных технологий, возможность повышения квалификации персонала и расширение производства. Это значит, что для повышения конкурентоспособности рассматриваемого предприятия необходимо реализовать данные возможности. Аналогично была составлена матрица угроз (таблица 3).

Таблица 3 - Матрица угроз

	Разрушение	Критическое состояние	Тяжелое состояние	«Легкие ушибы»
Высокая вероятность		Увеличение затрат на производство	Рост налогов	
Средняя вероятность		Увеличение конкуренции		
Низкая вероятность				

Анализируя матрицу угроз, можно сделать вывод, что самой опасной угрозой для ООО «Строительные Материалы» является увеличение затрат на производство. Данную угрозу необходимо минимизировать. Так как избавиться от роста налогов невозможно, то предприятию может быть рекомендовано расширить производство и добиваться выравнивания цен за счет товарооборота.

Таким образом, применяя данную методику, можно определить стратегию развития предприятия, учитывая возможности и угрозы, своевременно принимать меры по обеспечению его конкурентоспособности [2].

Библиографический список:

1. Логанина, В.И. Квалиметрия и управление качеством [Текст]: учебное пособие/ В.И. Логанина, Л.В. Макарова, Р.В. Тарасов. – Пенза: ПГУАС, 2014, – 304 с.
2. Логанина, В.И. Повышение конкурентоспособности строительной продукции [Текст]: учебное пособие/ В.И. Логанина, Л.В. Макарова, О.В. Карпова. – Пенза: ПГУАС, 2009, – 348 с.

3. Макарова, Л.В. Инструменты качества. Практикум [Текст]: учебное пособие/Л.В. Макарова, Р.В. Тарасов. – Пенза: ПГУАС, 2015. – 152с.
4. Петухова Н.А. Оценка надежности технологической системы по параметрам качества продукции / Н.А. Петухова, О.В. Карпова, К.В. Жегера / Наука и бизнес: пути развития. – 2019. - №2 (92). – С.23-26.

Оригинальность 80%