

SWOT - АНАЛИЗ ВЫПУСКНИКА ВУЗА С ПОЗИЦИИ НАЧАЛА СОБСТВЕННОГО БИЗНЕСА

Червова М.М., Патрушева Е.В.

SWOT-анализ — метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации. Вышеупомянутые факторы разделяются на четыре категории: Strengths, они же сильные стороны, Weaknesses - слабые стороны, Opportunities - возможности и Threats - угрозы.

Сильные (S) и слабые (W) стороны являются факторами внутренней среды объекта анализа, т.е. тем, на что сам объект способен повлиять; возможности (O) и угрозы (T) – это факторы внешней среды, т.е. то, что может повлиять на объект извне и при этом не контролируется объектом. Например, торговым ассортимент предприятия находится под его контролем — это фактор внутренней среды, но законы о торговле не подконтрольны предприятию, а значит, что это фактор внешней среды [1].

Объектом SWOT-анализа может быть не только организация, но и многие другие социально-экономические объекты, такие как отрасли экономики, города, научная сфера, политические партии, некоммерческие организации (НКО), отдельные специалисты, персоны и т. д.

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

Как любая форма применяемой стратегии SWOT-анализ имеет ряд как положительных, так и отрицательных признаков. Рассмотрим некоторые из них.

Сильные стороны SWOT-анализа [2]:

1. универсальный метод, применимый в самых разнообразных сферах экономики и управления, и обладающий адаптационным свойством, относительно объекта исследования;
2. гибкий метод со свободным выбором анализируемых объектов;
3. может использоваться как для оперативной оценки, так и для стратегического планирования на длительный период;
4. использование метода, как правило, не требует специальных знаний и наличия узко профильного образования.

Недостатки [2]:

1. SWOT-анализ показывает только общие факторы. Конкретные мероприятия для достижения поставленных целей надо разрабатывать отдельно;
2. зачастую при SWOT-анализе происходит лишь перечисление факторов без выявления основных и второстепенных, без детального анализа взаимосвязей между ними;
3. анализ даёт в большей степени статичную картинку, чем видение развития в динамике;
4. результаты SWOT-анализа, как правило, представлены в виде качественного описания, в то время как для оценки ситуации часто требуются количественные параметры;
5. SWOT-анализ является довольно субъективным и чрезвычайно зависит от позиции и знаний того, кто его проводит;
6. для качественного SWOT-анализа необходимо привлечение больших массивов информации из самых разных сфер, что требует значительных усилий и затрат.

Поскольку SWOT-анализ в общем виде не содержит экономических категорий, его можно применять к любым организациям, отдельным людям и странам для построения стратегий в самых различных областях деятельности.

SWOT- анализ выпускника ВУЗа с позиции начала собственного бизнеса

Сильные стороны: высокий внутренний потенциал; амбиции; активная жизненная позиция свежие знания; наличие амбициозных друзей для сотрудничества; инновационные идеи и знания наличие высшего образования; способность к быстрому обучению.	Слабые стороны: ограниченность в финансах; недостаток управленческих навыков и глубины владения проблемами; мало связей и умений пользоваться ими; возможна завышенная оценка своих возможностей; отсутствие чёткого представления о будущем; ограниченность сфер деятельности; страх перед ответственностью и сложностями; недостаточное количество знаний о ведении бизнеса; слабые деловые качества; легкомысленность; слабое представление о рынке; маркетинговые способности ниже среднего.
Возможности: приобрести опыт; совершенствовать деловые качества; обзавестись связями; получить новые знания в той или иной сфере; научиться вести бизнес; перебороть свои страхи; поставить чёткую жизненную цель; найти инвестора; разработать современный; подход ведения бизнеса; проанализировать ошибки конкурентов и не допускать их получить самодовольство среди конкурирующих фирм; дальнейшее развитие бизнеса; нанять дополнительных сотрудников.	Угрозы: риски не окупаемости бизнеса; риски нерационального распределения финансов; конкуренция, риски не справиться со сложностями; риски перегореть собственной идеей; могут подвести партнёры по бизнесу; риски отсутствия хорошей рекламы; из-за желания сделать всё быстро может пострадать качество работы; изменение потребностей и вкуса покупателей; риски использования дешёвых материалов и “дешёвой” рабочей силы, что может привести к низкому качеству готовой продукции или услуги.

Данный анализ позволяет увидеть, в каком направлении развиваться начинающему бизнесмену, над какими качествами его характера стоит поработать, и наоборот, какие помогут ему прийти к успеху. Например, благодаря способности к быстрому обучению можно легко усвоить и применять новые знания. Или из-за слабых деловых качеств и недостатка опыта будет трудно обзавестись связями, а из-за отсутствия чёткой жизненной цели, можно долго стоять на месте.

Список используемых источников

1. SWOT-анализ [электронный ресурс] URL:
http://encyclopaedia.bid/%D0%B2%D0%B8%D0%BA%D0%B8%D0%BF%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D1%8F/SWOT_%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D0%BB%D0%B8%D0%B7
2. SWOT-анализ [электронный ресурс] URL:
<http://economtermin.ru/jekonomicheskie-terminy/strategicheskij-menedzhment/212-swot-analiz.html>