

УДК 332.1

<https://www.doi.org/10.47813/dnit.4.2025.4002>

EDN

[FJQOAZ](#)

## Использование SWOT-анализа как метода повышения уровня конкурентоспособности предприятиями

**А.Г. Чекалов\***

Северо-Кавказский федеральный университет, ул. Пушкина, 1а, Ставрополь,  
355017, Россия

\*E-mail: [arsentchekalov@yadnex.ru](mailto:arsentchekalov@yadnex.ru)

**Аннотация.** Статья посвящена изучению SWOT-анализа как эффективного инструмента для повышения конкурентоспособности предприятий. SWOT-анализ представляет собой метод внутреннего исследования, позволяющий выявить сильные и слабые стороны, возможности и угрозы компании. Этот метод широко используется благодаря своей простоте, конкретизированности и универсальности, что позволяет фирмам разрабатывать эффективные стратегии развития. Однако, помимо преимуществ, SWOT-анализ имеет и недостатки, такие как субъективность оценок и ограниченность анализа. Несмотря на это, для многих компаний SWOT-анализ остается незаменимым инструментом для повышения конкурентоспособности и разработки стратегий развития в различных отраслях.

**Ключевые слова:** предприятие, метод, SWOT-анализ, конкурентоспособность, преимущества.

## Using SWOT analysis as a method of increasing the competitiveness of an enterprise

**A.G. Chekalov\***

North-Caucasus Federal University, 1a Pushkina str., Stavropol, 355017, Russia

\*E-mail: [arsentchekalov@yadnex.ru](mailto:arsentchekalov@yadnex.ru)

**Abstract.** The article is devoted to the study of SWOT analysis as an effective tool for increasing the competitiveness of enterprises. SWOT analysis is a method of internal research that allows identifying the strengths and weaknesses, opportunities and threats of a company. This method is widely used due to its simplicity, specificity and versatility, which allows companies to develop effective development strategies. However, in addition to advantages, SWOT analysis also has disadvantages, such as subjectivity of assessments and limitations of analysis. Despite this, for many companies SWOT analysis remains an indispensable tool for increasing competitiveness and developing development strategies in various industries.

**Keywords:** enterprise, method, SWOT analysis, competitiveness, advantages.

## **1. Введение**

В настоящее время существует множество эффективных способов оценки и повышения уровня конкурентоспособности предприятия. Поддержание и повышение уровня конкурентоспособности предприятия – одна из первостепенных задач, стоящих перед ее руководством. Следовательно, изучение и использование метода, позволяющий фирмам самостоятельно и быстро проводить подобное исследование является очень важным инструментом для дальнейшего его развития. Все эти методы позволяют руководству фирмы понять текущее положение компании на рынке и разрабатывать стратегии развития фирмы в конкретной экономической ситуации. Одним из самых распространенных методов повышения уровня конкурентоспособности предприятия является SWOT-анализ.

## **2. Постановка задачи (Цель исследования)**

Основной целью данного исследования рассмотрение SWOT-анализа как инструмента, благодаря которому фирмы могут повышать уровень своей конкурентоспособности.

## **3. Методы и материалы исследования**

Материалы для исследования были собраны из научных статей и информации, доступной в Интернете. Основным методом исследования является SWOT-анализ, который включает в себя четыре основных компонента: сильные стороны (S), слабые стороны (W), возможности (O) и угрозы (T). Структура SWOT-анализа представлена в виде матрицы, позволяющей наглядно оценить текущее состояние компании и разработать стратегию ее развития. Преимуществами SWOT-анализа являются его простота, конкретизированность и универсальность, что делает его широко применимым инструментом в различных отраслях экономики и менеджмента.

## **4. Полученные результаты**

SWOT-анализ – это метод оценки уровня конкурентоспособности компании, направленный на проведение внутреннего исследования текущего уровня конкурентоспособности фирмы, с дальнейшей разработкой стратегии развития. Схематически структура SWOT-анализа изображена в таблице 1.

**Таблица 1.** Структура SWOT-анализа [1].

| Сильные стороны | Слабые стороны |
|-----------------|----------------|
| 1...            | 1...           |
| 2...            | 2...           |
| 3...            | 3...           |
| 4...            | 4...           |
| 5...            | 5...           |
| Возможности     | Угрозы         |
| 1...            | 1...           |
| 2...            | 2...           |
| 3...            | 3...           |
| 4...            | 4...           |
| 5...            | 5...           |

Структура SWOT-анализа представляет собой матрицу из 4 переменных, где S(Strengths) – сильная сторона предприятия, W(Weaknesses) – слабая сторона предприятия, O(Opportunities) – возможности предприятия, T(Threats) – угрозы предприятия [2].

Как и любой другой метод, данный имеет свои преимущества и недостатки. Преимуществами являются:

1. Простота использования. Ввиду простоты использования данный метод получил огромную популярность у компаний разных масштабов;
2. Конкретизированность. Благодаря SWOT-анализу CEO может точно определить преимущества и недостатки предприятия;
3. Оптимальность и универсальность. Используется во многих отраслях экономики и менеджмента;
4. Развитие стратегии. Благодаря SWOT-анализу фирмы могут разрабатывать и реализовывать эффективные стратегии развития.

Недостатками SWOT-анализа являются:

1. Исследование компании часто носит субъективный характер;
2. Основные 4 фактора анализа ограничивают комплексное исследование ситуации;
3. Анализ производится на текущем положении фирмы, что вынуждает компании постоянно исследовать компанию с нуля для разработки стратегий;
4. Часто фирмам сложно ранжировать в порядке приоритета сильные и слабые стороны, так как они все являются одинаково важными [3].

Ввиду вышеуказанных преимуществ, для некоторых фирм SWOT-анализ является незаменимым инструментом повышения их уровня конкурентоспособности. Основными преимуществами SWOT-анализа, как эффективной методики уровня конкурентоспособности являются:

1. Фокусировка на проведении анализа в той отрасли, где у фирмы имеется конкурентное преимущество [4];
2. Создание и реализация стратегии развития предприятия в сжатые сроки [5];
3. Возможность увидеть те места, где конкурентное преимущество можно нарастить;
4. Возможность более точно исследовать эффективные способы конкурентной борьбы.

## 5. Выводы

Таким образом, перед использованием SWOT-анализа руководству организации необходимо определить цели, которую они желают достичь. В настоящее время в практически используются многие способы принятия бизнес-решений. CEO организации часто задают те вопросы, ответы которых находит в элементах SWOT-анализа. По провидении исследования руководство фирмы наглядно видит общую характеристику предприятия и имеет возможность повысить уровень конкурентоспособности и разрабатывать стратегию развития предприятия.

## Список литературы

1. SWOT-анализ: сайт. – URL: <https://360-media.ru/blog/upravlenie-marketingom/swot-analiz> (дата обращения: 09.03.2025).
2. SWOT-анализ как ситуативный метод оценки конкурентоспособности предприятия: сайт. – URL: <https://scienceforum.ru/2021/article/2018024131?ysclid=m81dm188sj182886594> (дата обращения: 09.03.2025).
3. Критика SWOT-анализа: слабые стороны и ограничения: сайт. – URL: <https://sky.pro/wiki/profession/kritika-swot-analiza-slabye-storony-i-ogranicheniya/> (дата обращения 09.03.2025).
4. Мещерякова, Е. А. SWOT-анализ – метод оценки конкурентоспособности предприятия / Е. А. Мещерякова, М. В. Мещеряков // Молодой ученый. – 2022. – №

23 (418). – С. 551-553. – URL: <https://moluch.ru/archive/418/93030> (дата обращения: 09.03.2025).

5. SWOT анализ: элементы, стратегии, примеры: сайт. – URL: <https://neiros.ru/blog/marketing/swot-analiz-ehlementy-strategii-primery> (дата обращения: 09.03.2025).