

выпуск (увеличение объема продукции на 32%) за счет роста производительности труда (27%) и сокращения расходов оборудования (22%). Это говорит о переходе от простой экономии к эффективному росту.

Существенная экономия наблюдается в управлении ресурсами: сокращаются трудозатраты (26%), операционные расходы (16%) и дебиторская задолженность (20%), а оборачиваемость запасов ускоряется (23%). Это высвобождает денежные средства и напрямую влияет на финальный результат — рост прибыли на 13%.

Заключение. Анализ данных подтверждает, что внедрение ERP-систем, таких как «1С: ERP», приводит к значительному улучшению операционной и финансовой эффективности. Ключевые преимущества включают рост производительности, сокращение издержек и ускорение бизнес-процессов. Это делает инвестиции в ERP-системы стратегически важными для долгосрочного роста и устойчивости компаний в конкурентной среде.

Список цитируемых источников

1. Что такое ERP? — URL: <https://www.sap.com/central-asia-caucasus/products/erp/what-is-erp.html> (дата обращения: 20.09.2025).
2. Ключ к эффективному управлению бизнесом: что такое ERP-системы и как они помогают компании — URL: <https://journal.sweb.ru/article/klyuch-k-effektivnomu-upravleniyu-biznesom-cto-takoe-erp-sistemy-i-kak-oni-pomogayut-kompanii> (дата обращения: 21.09.2025).
3. Федулаев, Е. Как внедрение 1С:ERP помогает снизить расходы — URL: <https://b-rs.ru/company/article/detail.php%3FID%3D6012> (дата обращения: 21.09.2025).

УДК 338.583

В. В. Чудук

Учреждение образования «Барановичский государственный университет», Барановичи, Республика Беларусь

Научный руководитель А. Н. Прудникова

ПРИМЕНЕНИЕ SWOT-АНАЛИЗА ДЛЯ СНИЖЕНИЯ ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО ПРОДУКЦИИ

Введение. В условиях жесткой конкуренции снижение производственных затрат является ключевым фактором прибыльности любой организации. SWOT-анализ служит эффективным инструментом для решения этой задачи, обеспечивая структурированную оценку внутреннего потенциала организаций и внешней рыночной среды. Методология позволяет идентифицировать сильные стороны и возможности для оптимизации затрат, а также минимизировать влияние слабых сторон и внешних угроз. Такой комплексный подход формирует основу для разработки конкретных мер по повышению экономической эффективности производства.

Основная часть. SWOT-анализ — это метод оценки перспектив развития организации с учетом ее сильных и слабых сторон, а также возможностей и угроз на рынке, который используется при стратегическом планировании [1].

Есть предположение, что автором SWOT-анализа стал руководитель группы исследователей Стэнфордского университета Альберт Хэмфри. В 1970-х годах его команда работала над созданием концепта, который должен был помогать менеджерам всех уровней адаптировать бизнес-процессы под основные задачи и цели фирмы. Уже в 1980-х годах это стало реальным благодаря проведению успешного SWOT-анализа [2].

Для проведения SWOT-анализа организации используются 4 направления:

1) S — сильные стороны. Это факторы, которые положительно сказываются на развитии организации. Сюда обычно включают все, что превращает функционирование в успешную и конкурентную работу. Это все преимущества и достоинства. Сюда включают известный бренд, репутацию, высокое качество продукции и др.

2) W — слабые стороны. Это минусы внутренней среды, которые тормозят развитие, сдерживают экономический рост и негативно влияют на репутацию организации. Обычно это внутренние факторы. При SWOT-анализе слабыми сторонами считают завышенные цены, низкая или высокая заработная плата, текучка кадров и т.д.

3) O — возможности. Это факторы из внешней среды, которые при правильном использовании раскрывают потенциал организации. Это нюансы, о которых руководителям надо знать, но пока не показывать конкурентам. Все это подготавливается в течение длительного времени, а потом уже используется. Сюда входит работа за рубежом, внедрение новейших технологий, использование налоговых льгот и др.

4) T — угрозы. Здесь рассматривают отрицательные факторы внешней среды организации. Этот блок должен отражать все риски, которые будут осложнять деятельность организации, тормозить ее и снижать выручку. Сюда относится конкуренция в цене, рост стоимости сырья, несвоевременная поставка продукции и т.п. [3].

Крайне важно анализировать свои сильные и слабые стороны, возможности и угрозы (SWOT) по отношению к своим затратам. SWOT-анализ затрат — стратегический инструмент для оценки влияния затрат на производительность и прибыльность организации. Он позволяет понять структуру затрат, оценить свою

конкурентоспособность относительно конкурентов, а также выявить возможности для их снижения и минимизировать различные риски.

Одним из наиболее важных аспектов SWOT-анализа затрат является выявление и использование преимуществ по затратам перед конкурентами. Преимущество в затратах — это ситуация, когда организация может производить или доставлять своим клиентам такую же или лучшую ценность с меньшими затратами, чем ее конкуренты. Это может дать конкурентное преимущество на рынке и увеличить прибыльность и потенциал роста. Существует несколько способов определить и использовать преимущества в затратах, например:

1) анализ структуры затрат и движущих сил. Необходимо понять, как распределяются затраты организации и какие факторы на них влияют. Например, можно использовать анализ цепочки создания стоимости, чтобы разбить всю деятельность и процессы на основные и вспомогательные функции, а затем распределить затраты по каждой из них.

2) сравнение затрат с конкурентами и отраслевыми стандартами. Необходимо сравнить затраты с расходами прямых и косвенных конкурентов, а также со средними затратами в отрасли. Это может помочь определить относительную позицию по затратам и производительности, а также определить, где в организации есть ценовое преимущество или недостаток.

3) использование источников преимущества в затратах и минимизация источников недостатка затрат. Необходимо использовать сильные стороны и возможности, а также устранять слабые стороны и угрозы с точки зрения затрат и производительности. Например, организация может использовать такие инструменты, как платформа VRIO, чтобы оценить ресурсы и возможности и определить, какие из них являются ценными, редкими, неповторимыми и организованными, и, таким образом, дать устойчивое преимущество в затратах [4].

Чтобы проиллюстрировать эти концепции, рассмотрим пример организации, которая имеет ценовое преимущество в своей отрасли: Walmart. Она имеет низкозатратную структуру и высокую производительность, что позволяет ей предлагать низкие цены своим клиентам и генерировать высокие объемы продаж и прибыль. Некоторые из источников ценового преимущества Walmart:

– экономия за счет масштаба и объема. Данная организация имеет обширную сеть магазинов, распределительных центров и поставщиков, что позволяет ей достигать более низких затрат на единицу продукции и более высокой переговорной силы. Она также предлагает широкий спектр продуктов и услуг, что позволяет ему получить выгоду от снижения средних затрат и повышения лояльности клиентов;

– эффективные операции и логистика. Walmart имеет высокоавтоматизированную и интегрированную систему управления запасами, заказами, пополнениями и доставкой, которая снижает операционные расходы и улучшает обслуживание клиентов. Организация также использует кросс-докинг, который представляет собой метод передачи товаров непосредственно из прибывающих грузовиков в исходящие грузовики, без хранения их на складах, что снижает затраты на инвентаризацию и транспортировку;

– инновации и технологии. Walmart инвестирует в инновации и технологии, что повышает экономическую эффективность и результативность компании. Например, она использует метки радиочастотной идентификации (RFID), которые представляют собой электронные устройства, хранящие и передающие данные, для отслеживания своих продуктов и активов, что повышает точность и безопасность инвентаризации [4].

Заключение. Таким образом, SWOT-анализ доказал свою эффективность как инструмент разработки стратегии снижения затрат. Он позволяет преобразовать выявленные сильные стороны и возможности в конкретные меры оптимизации, одновременно минимизируя слабые стороны и угрозы. Такой подход способствует существенному повышению экономической эффективности и укрепляет конкурентные позиции организации на рынке.

Список цитируемых источников

1. Что такое SWOT-анализ и зачем он нужен бизнесу. — URL: <https://www.unisender.com/ru/glossary/shto-takoe-swot-analiz/> (дата обращения: 18.09.2025).

2. Вершинин, О. SWOT-анализ: элементы, стратегии, примеры / О. Вершинин. — URL: <https://neiros.ru/blog/marketing/swot-analiz-ehlementy-strategii-primery/> (дата обращения: 18.09.2025).

3. Почепский, О. SWOT-анализ предприятия: что это такое и как его делать — методы проведения, примеры, выявление слабых сторон компании / О. Почепский. — URL: <https://www.cleverence.ru/articles/biznes/swot-analiz-predpriyatiya-cto-eto-takoe-i-kak-ego-delat-metody-provedeniya-primery-vyyavlenie-slabyh-storon-kompanii/> (дата обращения: 19.09.2025).

4. SWOT-анализ затрат: роль SWOT анализа затрат в стратегиях роста бизнеса. — URL: <https://golnk.ru/yB19J> (дата обращения: 19.09.2025).