

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ НОВОГО ОБЩЕСТВА

ВЫБОР СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ НА ОСНОВЕ SWOT-АНАЛИЗА

АЛЕКСЕЕНКО АРТЕМ АНДРЕЕВИЧ

аспирант кафедры экономики труда и управления персоналом Саратовского социально-экономического института (филиал) ФГБОУ ВПО «Российский экономический университет имени Г.В.Плеханова», Саратов, Россия

Email: alekseenko-a@inbox.ru

АННОТАЦИЯ

Процесс прогнозирования будущего состояния предприятия требует глубокого анализа внутренних факторов и факторов внешнего рыночного окружения. Учет специфики производства и условий рынка на основе SWOT-анализа позволяет осуществить выбор стратегии предприятия, что способствует принятию эффективных управленческих решений.

Ключевые слова: управление, стратегия, предприятие, SWOT-анализ, факторы среды.

CHOICE OF STRATEGY OF BUSINESS MANAGEMENT ON THE BASIS OF SWOT ANALYSIS

ARTEM ALEKSEENKO

the graduate student the department of labor economics and human resource management Saratov Social and Economic Institute (branch) Russian Economic University named Plekhanov Georgy, Saratov, Russia

Email: alekseenko-a@inbox.ru

ABSTRACT

Process of forecasting of future condition of the enterprise demands the deep analysis of internal factors and factors of an external market environment. The accounting of specifics of production and conditions of the market on the basis of SWOT analysis allows to carry out a choice of strategy of the enterprise that promotes adoption of effective administrative decisions.

Keywords: management, strategy, enterprise, SWOT analysis, environment factors.

Важным компонентом управления организацией выступает стратегический менеджмент, обеспечивающий проектирование и внедрение изменений в различных процессах на основе разработки стратегического плана и бюджета.

Оценку развития бизнеса (его силы и слабости), а также внешних возможностей и угроз можно осуществить с помощью SWOT-анализа. SWOT-анализ, известный еще с 60-х гг. XX в., не содержит строгих экономических категорий и поэтому может быть применен в совершенно разных отраслях и сферах деятельности, независимо от территориального присутствия предприятия. SWOT-анализ можно проводить для компании целиком, однако в данном случае его результаты не будут содержать достаточно полезной информации, а получат обобщенные очертания (снижается ценность такого исследования). SWOT нужно как можно больше сфокусировать, поэтому для каждого нового рынка, продукта, основного конкурента или группы покупателей формируется отдельная таблица. В результате руководителю предприятия будет что обдумывать и взвешивать. Сущность его заключается в выработке стратегии, определяющей необходимость принятия усилий для превращения слабостей и угроз в возможности и развитие сильных сторон предприятия, учитывая его возможности, обусловленные его масштабами и объемом производства. Оценка сильных и слабых сторон предприятия по отношению к возможностям и угрозам внешней среды и

определяет наличие стратегических перспектив и их реализации. Возможности предприятия и угрозы внешней среды являются ключевыми факторами, влияющими на выбор стратегии.

SWOT — метод анализа в стратегическом планировании, заключающийся в разделении факторов и явлений на четыре категории: strengths (сильные стороны), weaknesses (слабые стороны), opportunities (возможности) и threats (угрозы).

Это наиболее простой и доступный метод, позволяющий проинтегрировать различные аспекты внешней и внутренней среды предприятия, и способный действительно оказать помощь в выборе оптимальной стратегии.

Основными целями проведения SWOT-анализа могут стать определение стратегии, выявления комплекса проблем развития, а также маркетинговых возможностей. В частности, компании могут использовать данный вид анализа для следующих целей:

- определение кадрового, производственного потенциала;
- оценка целесообразности инвестиционных вложений;
- реализация рекламных кампаний;
- определение перспективных направлений развития;
- анализ конкурентов и конкурентного окружения и т. д.

На конкретном примере осуществим анализ сильных и слабых сторон ООО «Промторг», а также потенциальные возможности и угрозы (табл. 1). Результат анализа

может быть сведен в простую матрицу, которая предоставляет удобную возможность обзора и анализа состояния организации. Методология построения матрицы первичного стратегического анализа заключается в разделении окружения на две части — внешнюю среду и внутреннюю, а затем события в каждой из этих частей — на благоприятные и неблагоприятные.

Однако, возможно углубление анализа положения организации путем составления более сложной матрицы. На пересечении разделов, полученных при составлении исходной SWOT – матрицы, образуются четыре поля: «СИБ» (силы и возможности), «СИУ» (силы и угрозы), «СЛВ» (слабости и возможности), «СЛУ» (слабости и угрозы).

Таким образом, с помощью полученных данных можно спрогнозировать работу с персоналом ООО «Промторг» в стратегической перспективе, в соответствии с общей стратегией. Необходима работа по усилению слабых мест в работе с персоналом с опорой на возможности внешней среды организации. В матрице SWOT такие возможности будут обозначены в соответствующем поле «СЛВ».

Следует отметить, что внутренние пути совершенствования ООО «Промторг» во многом определяет менеджмент, включающий в себя организационное построение. Для

его совершенствования большое значение имеют кадровая политика и применение инноваций, как в производственно-торговой деятельности, так и в системе управления.

Внешние механизмы пути совершенствования ООО «Промторг» регламентируют нормативно-правовые акты.

Однако, во избежание ошибок в планировании стратегии в ходе использования методики SWOT-анализа следует учесть такие моменты:

- необходимо определить конкретную зону охвата (фокусирование на определенную область, к примеру, новый сегмент рынка, определенный продукт, группа потребителей и т.д.);

- необходимы точные данные исследования конкретного фактора;

- должно быть четкое представление различий между внутренними и внешними элементами среды;

- сильные и слабые стороны определяются с позиции потребителей, конкурентами и т. д. (ранжирование факторов по степени важности);

- объективность в использовании информация из разносторонних источников;

- необходимо ограничиться только теми обстоятельствами, которые наиболее сильно влияют на предприятие.

SWOT- анализ ООО «Промторг»

<u>Сильные стороны (S)</u>	<u>Слабые стороны (W)</u>
1. Развитие конкуренции; 2. Налоговые поступления в бюджет; 3. Создание рабочих мест; 4. Быстрая адаптация к потребностям покупателя; 5. Эффективное использование ресурсов; 6. Возможность применения инноваций.	1. Трудности организации бизнеса, выхода на рынок; 2. Проблемы материально-ресурсного обеспечения; 3. Трудности получения и высокая ставка за кредит; 4. Кадровые проблемы; 5. Недостаток информации.
<u>Возможности (O)</u>	<u>Угрозы (T)</u>
1. Специальные налоговые режимы; 2. Меры по обеспечению финансовой поддержки; 3. Упрощенная система ведения бухгалтерской отчетности; 4. Льготный порядок расчетов за приватизированное имущество; 5. Использование достижений НТП.	1. Административные барьеры; 2. Неразвитая законодательная база; 3. Проблемы финансово-кредитной системы; 4. Коррупция.

ЛИТЕРАТУРА

- 1 Кублин И.М., Махметова А.Е. Системная модернизация предприятий машиностроительной промышленности: категориально-понятийный подход. Известия Волгоградского государственного технического университета. 2012. № 7. С. 5.
- 2 Прогнозирование финансового будущего на основе SWOT-анализа [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.profiz.ru/peo/10_2012/inansovoe_budushee/ (дата обращения 12.05.2015)
- 3 Экономика и организация малого и среднего бизнеса: Учебное пособие / Н.М.Филимонова, Н.В.Моргунова, Е.С.Ловкова - 2-е изд., доп. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015.

REFERENCES

1. Kublin I.M., Makhmetova A.E. System modernization of the enterprises of mechanical engineering industry: kategoriyno-conceptual approach. News of the Volgograd state technical university. 2012. № 7. P. 5.
2. Forecasting of the financial future on the basis of SWOT analysis [An electronic resource] - the access Mode: http://www.profiz.ru/peo/10_2012/inansovoe_budushee/ (date of the address 12.05.2015)
3. Economy and organization of small and medium business: Manual/N. M. Filimonova, N. V. Morgunov, E.S.Lovkova - 2-e prod., additional - M.: Research Center INFRA-M, 2015.