

SWOT-АНАЛИЗ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ООО “СИВЕЛЬГА”)

В условиях динамизма внешней среды стало практически невозможным обеспечивать нормальную работу предприятия, обращая внимание только лишь на текущую ситуацию, на внутренние проблемы. Концепция стратегического планирования позволяет выработать комплекс средств и методов, обеспечивающих адаптацию предприятия к рыночным условиям хозяйствования. Одним из способов выработки стратегии предприятия является метод SWOT-анализа.

Метод SWOT принято относить к числу основополагающих методов стратегического планирования и управления. Он служит для идентификации и оценки степени воздействия, а также определения силы взаимосвязи различных факторов внешнего окружения и ее внутренних факторов, синтеза и интерпретации различных факторов с целью установления позиций фирмы и выработки стратегии фирмы.

Технология SWOT-анализа была применена относительно ООО “Сивельга” — предприятию обувной промышленности с целью исследования макроокружения и непосредственно окружения ООО “Сивельга”. Угрозы и возможности, с которыми сталкивается ООО “Сивельга”, можно сгруппировать в шесть областей: экономические факторы — исследование экономической компоненты внешней среды; политические факторы — исследование политической ситуации в стране; рыночные факторы — анализ факторов рыночной среды; технологические факторы — изучение новых технологий; международные факторы — анализ международной обстановки; социальные факторы — изучение процессов и явлений, происходящих в социальной сфере.

Непосредственное окружение ООО “Сивельга” включает изучение: конкурентов (СП “ЛеГранд”, ООО “Марко”, СП “Белвест” и др.); поставщиков (СП “Амико”, СП “Татово-Теннери”, ОАО “Кожевенник” и др.); покупателей продукции или услуг фирмы (торговые предприятия различных форм собственности); рынок рабочей силы.

Сильные стороны: область маркетинга: широкая известность торговой марки, возможность расширения номенклатуры и ассортимента продукции, широкий ассортимент продукции, успешное осуществление конкуренции по параметру цены, участие в региональных ярмарках, наличие конкретных заказов на поставку про-

дукции; область производства: современный производственный аппарат, высокое качество выпускаемой продукции, рост производительности труда; область финансов: использование льготированной прибыли на капитальные вложения, заключение договоров лизинга на аренду оборудования; персонал: высокая квалификация работников, отсутствие конфликтов.

Слабые стороны: область маркетинга: присутствие на рынке большого числа конкурентов, отсутствие позиции лидера на рынке, отсутствие сети фирменных магазинов, небольшое число методов продвижения товаров; область производства: высокая степень изношенности оборудования, отсутствие инвестиционной и инновационной деятельности; область финансов: ограниченность денежных средств, трудности в получении долгосрочных кредитов банков; персонал: недостаточное количество специалистов в области маркетинга, менеджмента, финансов; имидж: широкая известность марок многих конкурентов ООО "Сивельга".

Внешняя среда предоставляет ООО "Сивельга" следующие возможности: постоянная потребность населения в обуви, госзаказ, государственная поддержка, возможность выхода на новые рынки. Перед ООО "Сивельга" встают следующие угрозы: возможность появления новых конкурентов, замедление темпов роста рынка, изменение фискальной политики государства, возрастающее давление конкурентов, неблагоприятные демографические изменения.

Если предприятию удастся реализовать те возможности, которые ему предоставляет внешняя среда, за счет использования сильных сторон, справиться с угрозами, тающимися во внешней среде, то ему вполне под силу и далее осуществлять конкурентную борьбу на рынке обуви.

<http://edoc.bseu.by>

Н. Рубель,
студентка БГЭУ (Минск)

ЭФФЕКТИВНОСТЬ КАРТОФЕЛЕВОДСТВА В КДСХП "НОВЫЙ СВЕТ" КОПЫЛЬСКОГО РАЙОНА МИНСКОЙ ОБЛАСТИ

Специализация КДСХП "Новый свет" многоотраслевая, с развитым картофелеводством и молочным скотоводством. На долю растениеводческих отраслей (картофель, сахарная свекла, зерно) приходится 80 % от общей прибыли, полученной хозяйством в 1999 г. Особое место в экономике хозяйства занимает производство "второго хлеба" — картофеля — на продовольственные и семенные цели. Эта отрасль хозяйственно-товарной деятельности устойчиво