

**Гедройть Антон,**

Студент 4 курса специальности «Менеджмент»

Научный руководитель: **Станкевич И.И.,**

ст. преподаватель кафедры информационных технологий и моделирования

экономических процессов

Белорусский государственный аграрный технический университет,

г. Минск

### **SWOT-АНАЛИЗ ОАО «АГРО-ДУБИНСКОЕ»**

ОАО «Агро-Дубинское» находится в Воложинском районе, Минской области и специализируется на производстве молока, мяса, зерна, рапса и сахарной свеклы. Обследование внутренней среды предприятия проведем с помощью SWOT-анализа, который позволяет оценить сильные и слабые стороны организации, выявить угрозы и возможности (таблица 1).

Выбор приоритетных направлений маркетинга в рамках программы развития базируется на SWOT-анализе деятельности предприятия, являющемся одним из основных элементов стратегического планирования на корпоративном уровне[1]. Считается, что при выработке стратегий развития основное внимание нужно уделять сильным сторонам и возможностям, поскольку они дают возможность для развития. Возможности выхода на новые рынки с сильными сторонами предприятия создают благоприятные условия прежде всего в отношении перспективных, с разработанным брэндом продуктов. К этим продуктам необходимо применять активную атакующую стратегию, расширять производство и позиционироваться на новых ценовых сегментах, анализируя слабые стороны и возможности.

Можно отметить, что данная комбинация факторов позволяет за счет появившейся возможности (выхода на новые рынки) устранить слабые стороны организации. Самая опасная угроза – возрастающее конкурентное давление и

рост закупочных цен на сырье и вспомогательные материалы, а также повышение тарифов на энергоносители.

Таблица 1

SWOT-анализ ОАО «Агро-Дубинское»

<p style="text-align: center;"><u>Внутренние сильные стороны:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Постоянный спрос на с/х продукцию.</li> <li>2) Широкий ассортимент продукции, расширение специализации.</li> <li>3) Стабильное положение на рынке.</li> <li>4) Хорошая репутация у потребителей.</li> <li>5) Наличие высококвалифицированных специалистов.</li> <li>6) Хорошо развитая техническая база предприятия.</li> <li>7) Долгосрочные договоры с поставщиками.</li> <li>8) Высокая материальная заинтересованность сотрудников в результатах труда.</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><u>Внутренние слабые стороны:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Ограниченные финансовые возможности.</li> <li>2) Сильно развитая конкуренция.</li> <li>3) Нехватка ресурсов для модернизации.</li> <li>4) Отставание в области НИОКР.</li> </ol>
<p style="text-align: center;"><u>Возможности</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Нарастивание объемов производства.</li> <li>2) Поддержание благоприятного имиджа.</li> <li>3) Привлечение новых потребителей.</li> <li>4) Повышение спроса на продукцию за пределами рынка области за счет совершенствования выставочно-ярмарочной деятельности.</li> <li>5) Рост экономической эффективности деятельности предприятия.</li> <li>6) Возможность обслуживать другие группы потребителей (бюджетные учреждения, военные организации).</li> <li>7) Возможность получения экономии от роста объемов производства.</li> <li>8) Разработка и реализация маркетинговой политики.</li> </ol>	<p style="text-align: center;"><u>Внешние угрозы</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Активность конкурентов в наиболее рентабельных секторах, лоббизм.</li> <li>2) Замедление роста рынка (снижение спроса на продукцию, изменение вкусов потребителей).</li> <li>3) Снижение государственной поддержки (дотации, компенсации).</li> <li>4) Ужесточение требований поставщиков (предварительная оплата, транспортировка).</li> <li>5) Резкий рост затрат вследствие увеличения стоимости ресурсов.</li> </ol>

Таким образом, согласно таблице 1, сильными сторонами предприятия являются постоянный спрос на с/х продукцию, широкий ассортимент продукции, расширение специализации, стабильное положение на рынке, хорошая репутация у потребителей, наличие высококвалифицированных специалистов и другое, возможностями являются наращивание объемов производства, поддержание благоприятного имиджа, привлечение новых потребителей, повышение спроса на продукцию за пределами рынка области за счет совершенствования выставочно-ярмарочной деятельности, рост экономической эффективности деятельности предприятия, а также разработка и реализация маркетинговой политики. Угрозы имеют преимущественно внешний характер, предприятие не может оказать на них существенного влияния. Поэтому надо разработать альтернативные варианты действий на случай усиления влияния какого-либо негативного внешнего фактора – поиск альтернативных поставщиков, создание резервов для покрытия возможных убытков. SWOT-анализ имеет управленческую и стратегическую ценность, если связывает воедино факторы внутренней и внешней среды и сообщает, какие ресурсы и возможности понадобятся организации в будущем. Для установления связей между сильными и слабыми сторонами предприятия и внешними возможностями и угрозами, составим матрицу SWOT (таблица 2). Это поможет в разработке стратегии предприятия, поскольку дает возможность оценить и сопоставить возможности и риски.

Таблица 2

Матрица SWOT

<p align="center"><u>«Сила и Возможности»</u></p> <p>1-1, 1-3, 1-4, 1-6, 2-1, 2-5, 3-1, 3-2, 3-5, 4-2, 4-4, 4-6, 5-1, 5-5, 5-7,5-8, 6-1, 6-5, 6-7, 7-1, 7-2, 8-1, 8-7,</p>	<p align="center"><u>«Сила и Угрозы»</u></p> <p>1-1, 1-2, 2-2, 3-1, 3-6, 7-1, 7-5,</p>
<p align="center"><u>«Слабость и Возможности»</u></p> <p>1-5, 1-7, 2-4, 2-5, 3-5.</p>	<p align="center"><u>«Слабость и Угрозы»</u></p> <p>1-1, 2-2, 3-1.</p>

На основании таблицы 2 мы можем сделать вывод о соответствии имеющихся ресурсов предприятия перспективам развития. В ОАО «Агро-Дубинское» достаточно сильных сторон, которые способны как способствовать имеющимся возможностям (наличие высококвалифицированных специалистов, хорошо развитая техническая база предприятия, расширение специализации), так и противостоять угрозам.

Проведем оценку возможностей и определим степень важности каждой из них для предприятия. Для этого составим матрицу возможностей (таблица 3).

Таблица 3

Матрица возможностей

	Сильное влияние	Умеренное влияние	Малое влияние
Высокая вероятность	Наращивание объемов производства. Возможность получения экономии от роста объемов производства.	Поддержание благоприятного имиджа.	
Средняя вероятность	Рост экономической эффективности деятельности предприятия. Привлечение новых потребителей.	Повышение спроса на продукцию за пределами области при участии в различных выставках.	Возможность обслуживать другие группы потребителей.
Низкая вероятность		Разработка и реализация маркетинговой политики.	

Из таблицы 3 мы видим, что такие возможности, как наращивание объемов производства и возможность получения экономии от роста объемов производства имеют большое значение для предприятия и их необходимо использовать. Нет возможностей, не заслуживающих внимания руководства. Аналогичным образом проведем анализ угроз. Результаты сведены в таблицу 4.

Таким образом, из таблицы 4 мы видим, что есть угрозы, которые представляют наибольшую опасность для предприятия и которые требуют немедленного и обязательного устранения (если это возможно). Угроза повышения активности конкурентов в наиболее рентабельных секторах, а

также лоббизм требует внимательного подхода. Остальные угрозы также не должны выпадать из поля зрения руководства, необходимо отслеживать их развитие и предусмотреть, каким образом можно их нейтрализовать. Помогут бороться с возникающими угрозами сильные стороны ОАО «Агро-Дубинское».

Таблица 4

Матрица угроз

	Критическое состояние	Тяжелое состояние	«Легкие ушибы»
Высокая вероятность	Снижение государственной поддержки (дотации, компенсации).		Резкий рост затрат вследствие увеличения стоимости ресурсов.
Средняя вероятность		Активность конкурентов в наиболее рентабельных секторах, лоббизм.	Ужесточение требований поставщиков (предварительная оплата, транспортировка).
Низкая вероятность		Замедленный рост рынка (снижение спроса на продукцию, изменение вкусов потребителей).	

Проведя анализ внутренней среды ОАО «Агро-Дубинское», и оценив все внешние возможности и угрозы, мы можем сформулировать стратегию, которой следует придерживаться: необходимо создать благоприятные условия для удовлетворения потребностей клиентов, сохраняя лидирующее положение в отрасли, также необходимо наращивать клиентскую базу. Для предотвращения негативных последствий роста конкурентов следует особое внимание уделить стабильности финансового положения предприятия и росту конкурентоспособности.

#### Список использованных источников

1. Грант, Р.М. Современный стратегический анализ. 6-е изд. / Пер. с англ. под ред. В.Н. Фунтова. – Санкт-Петербург: Питер, 2012. – 560 с.