

Виктория Дробыш
(Республика Беларусь)

Научный руководитель Н.А. Сырокваш, ст. преподаватель
Белорусский государственный аграрный технический университет

SWOT-АНАЛИЗ ОАО «ВИТЕБСКИЙ МАСЛОЭКСТРАКЦИОННЫЙ ЗАВОД»

Сегодня всем предприятиям необходимо думать о будущем, разрабатывать долговременные стратегии, что позволит быстро реагировать на все изменения на рынке. Уровень развития предприятия, его место на рынке, способность выживать и развиваться – все это зависит от правильного стратегического планирования. Понимание целей организации, разработка соответствующих мероприятий, корректировка их в зависимости от изменений внешней среды, понимание возможных угроз и использование возможностей – все это может обеспечить успех. Для понимания и анализа всех факторов на предприятии проводят SWOT-анализ.

SWOT-анализ направлен на выявление угроз и возможностей, которые могут возникнуть во внешней среде по отношению к организации, и сильных и слабых сторон, которыми обладает организация. SWOT-анализ – от английских слов:

- сила (strength);
- слабость (weakness);
- возможности (opportunities);
- угрозы (threats).

Методология SWOT-анализа предполагает сначала выявление сильных и слабых сторон, а также угроз и возможностей. После этого устанавливают цепочки связей между ними, которые в дальнейшем используют для формулирования стратегии организации. Возможный набор характеристик, которые позволяют составить список слабых и сильных сторон организации, а также список угроз и возможностей для нее, должен соответствовать специфике деятельности организации и отражать конкретную ситуацию.

SWOT-анализ внешней и внутренней среды организации позволяет ей избежать многих угроз посредством своевременного их выявления, а также максимально быстро и эффективно использовать имеющиеся возможности, что значительно повышает шансы

реализации стратегии в полном объеме. Однако неиспользованная возможность может стать угрозой, если ее использует конкурент. Или наоборот, удачно предотвращенная угроза может открыть перед организацией дополнительные возможности, если конкуренты не смогли устранить эту же угрозу.

Составляя матрицу SWOT, заполняются последовательно квадранты «Сильные стороны» и «Слабые стороны», а также «Возможности» и «Угрозы».

Таблица – Матрица SWOT-анализ ОАО «Витебский маслоэкстракционный завод»

<p>Поле «СИБ»</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Высокое качество повысит репутацию предприятия 2. Приемлемая ценовая политика позволит расширить рынки сбыта 	<p>Поле «СИУ»</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Высокое качество позволит бороться с возрастающей конкуренцией 2. Разумная ценовая политика сгладит нестабильность экономической ситуации 	<p>Сильные стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Высокое качество 2. Наличие доп. услуг 3. Разумная ценовая политика
<p>Поле «СЛВ»</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Улучшение репутации позволит запустить новые ассортиментные позиции 5. Открытие новых рынков расширит знакомство с продуктом и сформирует необходимый имидж 	<p>Поле «СЛУ»</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Появление новых конкурентов с множеством ассортиментных позиций. 7. Отказ от сотрудничества в пользу более известных предприятий 	<p>Слабые стороны:</p> <ol style="list-style-type: none"> 8. Высокие транспортные расходы 9. Нет сформировавшегося имиджа 10. Узкий ассортимент продукции
<p>Возможности:</p> <ol style="list-style-type: none"> 11. Упрочнение репутации предприятия 12. Открытие новых рынков сбыта 13. Расширение ассортимента 	<p>Угрозы:</p> <ol style="list-style-type: none"> 14. Нестабильная экономическая ситуация 15. Возрастающая конкуренция 16. Зависимость от крупных потребителей 	

На продолжении заполненных квадрантов образуются четыре поля:

- поле «СИБ» означает сильные стороны организации, которые открывают перед ней определенные стратегические возможности;
- поле «СИУ» означает использование сильных сторон организации для уменьшения угроз;
- поле «СЛВ» показывает возможности организации при наличии у нее значительного числа слабых сторон;
- на поле «СЛУ» видны самые уязвимые «слабые» стороны организации в условиях значительного числа угроз.

Анализируя поле «СИБ» стратегия организации должна учитывать эти факторы в первую очередь, это сильные стороны организации, ее возможности. Продукция предприятия высокого качества – этот фактор позволяет улучшить репутацию предприятия, так как вопрос качества сегодня стоит очень остро. При достаточно высоком качестве цена на продукцию находится в очень приемлемом диапазоне. Это именно те сильные стороны, на которые стоит делать упор при стратегическом планировании.

Основная проблема предприятия – это поле «СЛУ», эти факторы необходимо отслеживать и направлять все силы, чтобы сократить возможные угрозы. Расширение ассортимента, упрочнение имиджа должно учитываться организацией в ближайшем будущем.

УДК 004:664

Александр Дубиковский
(Республика Беларусь)

Научный руководитель Е.М. Исаченко, ст. преподаватель
Белорусский государственный аграрный технический университет

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ НА ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ АПК

Функционирование предприятий и организаций различного типа в условиях рыночной экономики поставило новые задачи по совершенствованию управленческой деятельности на основе комплексной автоматизации управления всеми производственными и технологическими процессами, а также трудовыми ресурсами.

Рыночная экономика приводит к возрастанию объема и усложнению задач, решаемых в области организации производства, про-