

Мількевич Кристина,
студентка 1 курсу ОС «Магістр»
спеціальності 073 «Менеджмент»
Науковий керівник: **Чикуркова А.Д.,**
д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту,
публічного управління та адміністрування
Подільський державний аграрно-технічний університет,
м. Кам'янець-Подільський

SWOT-АНАЛІЗ ЯК ІНСТРУМЕНТ ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

У сучасних умовах розвитку ринку, компаніям, що укоренилися в ньому, і тим, що тільки виходять на ринок, доводиться усе складніше. Їх проблеми пов'язані з високим рівнем жорсткої конкуренції, надлишком подібних товарів і послуг, перенасиченням рекламних та інформаційних потоків, зростаючими вимогами споживачів до якості продукції, з постійними змінами кон'юнктури й місткості ринку. Тобто компаніям необхідно визначати пріоритетні напрями розвитку, розробляти бізнес-плани, пристосовуватися до змін зовнішнього середовища, використовувати нові технології організації управлінських процесів, змінювати стратегії діяльності, а отже, - здійснювати стратегічне управління [2].

Одним з основних інструментів стратегічного управління, що оцінюють в комплексі внутрішні і зовнішні чинники, які впливають на розвиток компанії є SWOT-аналіз – це визначення сильних і слабких сторін підприємства, а також можливостей і загроз, що виходять з його найближчого оточення (зовнішнього середовища). На прикладі ТОВ «Оболонь Агро» смт Чемерівці Хмельницької області розглянемо кількісні та якісні аспекти SWOT-аналізу [3].

Метою ТОВ «Оболонь Агро» є вихід на регіональні ринки та розширення виробництва. Для здійснення поставленого завдання керівництво підприємства

планує наступне: зміцнити свої позиції на зовнішньому ринку; розширити площі та збільшити виробництво продукції. Проведений аналіз факторів внутрішнього й зовнішнього середовища та ранжування їх за рівнем впливу на діяльність організації дозволяє сформувати конкретний перелік слабких і сильних сторін організації, а також загроз і можливостей. Отже, узагальнимо отриманні результати дослідження і побудуємо матрицю SWOT-аналізу ТОВ «Оболонь Агро» (табл. 1).

Таблиця 1

Матриця SWOT-аналізу ТОВ «Оболонь Агро»

		Зовнішнє середовище підприємства	
Внутрішнє середовище підприємства		<p>Можливості (О)</p> <p>I. Розширення виробничої лінії. II. Вихід на нові ринки. III. Налагодження роботи з постачальниками інших регіонів. IV. Покращення якості продукції. V. Підвищення рівня продуктивності праці. VI. Зацікавленість іноземних партнерів у співробітництві, зокрема, інвестуванні проектів.</p>	<p>Загрози (Т)</p> <p>I. Поява нових конкурентів. II. Збільшення цін на сировину. III. Зростаючий конкурентний тиск. IV. Недосконалість податкової політики. V. Падіння попиту на с.-г. продукцію</p>
	<p>Сильні сторони (S)</p> <p>1. Відносно невеликий штат організації. 2. Молодий і перспективний колектив. 3. Гнучка політика керівництва. 4. Наявність елітних сортів продукції. 5. Хороша репутація у клієнтів.</p>	<p>I – 2, 3, 4 II – 3, 4, 5 III – 2, 5 IV – 2, 4 V – 1, 2, 3 VI – 4, 5</p>	<p>I – 3, 4 II – 3 III – 2, 4 IV – 3 V – 4, 3</p>
	<p>Слабкі сторони (W)</p> <p>1. Застаріле устаткування. 2. Брак власної робочої сили. 3. Сезонність. 4. Додаткові транспортні витрати. 5. Збитковість.</p>	<p>I – 1, 2, 3 II – 1, 2, 3 III – 4, 5 IV – 1 V – 1, 2, VI – 1, 2, 3, 5</p>	<p>I – 2, 3 II – 3, 4 III – 1, 3 IV – 5 V – 3, 5</p>

Джерело: розроблено автором.

Після проведення SWOT – аналізу ТОВ «Оболонь Агро» можна зробити висновок, що на підприємстві переважають сильні сторони, а також воно має чудові шанси для подальшого розвитку. Що ж стосується слабких сторін, то підприємству варто направити свої зусилля на залучення додаткових інвестицій. Оскільки ТОВ «Оболонь Агро» діє в умовах нестабільності продажу та доходів, тому доцільно застосовувати стратегію стабілізації на перспективу з переходом до стратегії зростання (росту). Стратегія стабілізації передбачає вирівнювання обсягу продажу, прибутку, інших показників з наступним їх підвищенням і поступовим переходом від захисної до наступальної стратегії, до стану зростання. Залежно від ситуації, яка склалась на підприємстві, головну увагу потрібно спрямувати на: економію усіх видів витрат; зняття з виробництва нерентабельної продукції; перегляд системи товароруку; пошук резервів підвищення ефективності [1].

Водночас підприємству необхідно розробляти функціональні стратегії: технологічну — стратегічні рішення, що визначають динаміку технології підприємства і вплив на неї ринкових факторів; інвестиційно-фінансову — рішення, що дають змогу визначити способи залучення, накопичення і витрачання фінансових ресурсів; соціальну — сукупність рішень, згідно з якими визначають тип і структуру колективу працівників підприємства; стратегію управління — рішення, що визначають характер управління підприємством під час реалізації обраної стратегії [3].

Подальший розвиток малих підприємств потребує формування сприятливого підприємницького середовища, дієвої державної підтримки, вдосконалення нормативно-правової бази, розвитку системи фінансової підтримки малого підприємництва, покращення режимів кредитування підприємців, впровадження регіональних програм підтримки малого підприємництва, розробки та реалізації заходів щодо інформаційного, консультативного та кадрового забезпечення, розвитку інфраструктури підприємництва, формування позитивної громадської думки щодо

підприємництва, що має враховуватися при розробці регіональних програм і стратегій розвитку малих підприємницьких структур [4, с. 81]..

Отже, виробляючи стратегії, слід пам'ятати, що можливості і загрози можуть переходити в свою протилежність. Так, невикористана можливість може стати загрозою, якщо її використовує конкурент. Таким чином для ТОВ «Оболонь Агро» необхідна така стратегія, де будуть збільшені внутрішні сили і зовнішні можливості підприємства, і де слід скоротити слабкі внутрішні сторони фірми і по можливості пом'якшити негативний вплив зовнішніх загроз.

Список використаних джерел

1. Балабанова Л.В. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій: Навч. Посіб. 2-ге вид., випр. і доп. К.: Знання, 2005. 185 с.
2. Кіндрацька Г.І. Стратегічний менеджмент. К. : Знання, 2010. 520 с.
3. SWOT-анализ и стратегическое планирование /www.swot-analysis.ru/index_2.html.
4. Чикуркова А.Д. Стратегії розвитку малих підприємницьких структур в Хмельницькій області. Економічний дискурс. Міжнародний науковий журнал. 2016. Вип. 4. С. 74-81.