

SWOT – анализ при выборе стратегия роста организации.

Реформы, произошедшие в последнее десятилетие в российской экономике, растущий уровень конкуренции и ряд других факторов, выдвинули ряд вопросов управления предприятиями в новых условиях. Один из самых главных здесь – выбор стратегии предприятия. Рыночные отношения потребовали изменений в системе управления перехода на самостоятельное планирование развития компании.

М. Х. Мескон, М. Альберт и Ф. Хедоури представляют стратегию детальным всесторонним комплексный планом, предназначенным для того, чтобы обеспечить осуществление миссии организации и достижение ее целей. [1]

Стратегическое управление – один из важнейших аспектов менеджмента, раскрывающий проблему управления предприятия на стратегическом уровне. Важнейшим звеном стратегического управления является стратегическое планирование, в ходе которого и разрабатывается стратегия развития организации.

Существует множество различных стратегий, но среди них выделяют пять основных базовых стратегий:

- стратегия роста;
- стратегия ограниченного роста;
- стратегия сокращения;
- стратегия стабилизации;
- стратегия выживания. [2]

В своей работе мы остановимся подробнее на стратегии роста предприятия, т.к. ее изучение является целью данной работы.

Стратегия роста направлена на достижение таких целей, как увеличение выручки и валовой прибыли предприятия, повышение рентабельности, увеличение рыночной доли, расширение производства, возрастание чистого денежного потока, оптимизация структуры капитала, повышение рыночной стоимости компании, обеспечение синергетического эффекта. Важно также отметить, что осуществление этой стратегии связано с слиянием и поглощением конкурентов, с вхождением в новые отрасли и на новые рынки сбыта, привлечением новых клиентов и созданием новых товаров. [3]

Виханский О. С. выделяет базисные стратегии: концентрированного, диверсифицированного и интегрированного роста. Эти стратегии отображают несколько разных подходов к росту фирмы и сопряжены с изменением некоторых элементов:

- 1) продукт;
- 2) рынок;

- 3) отрасль;
- 4) положение внутри отрасли;
- 5) технология. [4]

Каждый элемент может находиться в одном из двух состояний: нынешнее состояние или же новое.

При разработке стратегического плана компании встает вопрос о выборе наиболее подходящей стратегии из нескольких стратегических альтернатив. Рассмотрение различных вариантов стратегий предполагает определение плюсов и минусов каждого варианта, а также объективную оценку предполагаемых результатов его осуществления.

Для выбора верной стратегии нужно детально проанализировать и оценить вероятные последствия всех стратегических альтернатив, понять насколько они реалистичны и эффективны. Руководителю для принятия решения в пользу той или иной альтернативы необходимо определить метод, при помощи которого они будут оцениваться и сравниваться между собой.

Первым шагом выбора стратегической альтернативы является оценка возможностей своего предприятия, а также влияние на него факторов внешней среды. Это позволит комплексно взглянуть на организацию и ее деловую среду. Для данной оценки чаще всего используют такой метод, как SWOT-анализ.

SWOT-анализ проводится с целью сопоставления сильных и слабых сторон компании и угроз и возможностей окружения для установления взаимосвязей, важных для стратегии.

Можно выделить несколько этапов применения этого метода:

- выявление и оценка сильных и слабых сторон компании;
- выявление и оценка угроз и возможностей внешнего окружения компании;
- создание стратегической матрицы возможностей и угроз, которая позволит выяснить, способна ли компания использовать рыночные возможности, учитывая отрицательного влияния угроз внешней среды.

На пересечении столбцов (возможностей и угроз) и строк (сильных и слабых сторон) образуется четыре поля: СИВ (силы и возможности), СИУ (силы и угрозы), СЛВ (слабости и возможности), СЛУ (слабости и угрозы) (см. рис. 1).

	Возможности 1. 2. 3.	Угрозы 1. 2. 3.
Сильные стороны 1. 2. 3.	ПОЛЕ СИВ	ПОЛЕ СИУ
Слабые стороны 1. 2. 3.	ПОЛЕ СЛВ	ПОЛЕ СЛУ

ис. 1 Матрица SWOT-анализа

Эти поля заполняются путём анализа всех возможных парных комбинаций факторов и выделения клеток, содержащих факторы, которые будут учитываться при разработке стратегии.

Пары факторов возможностей, угроз, сильных и слабых сторон составляются следующим образом:

- поле СИВ образуют возможность и сильная сторона, которую можно использовать для реализации этой возможности. Или же это будут сильная сторона и возможность, развивающая данную сильную сторону.
- поле СЛВ составляют возможность и слабая сторона, которую можно улучшить с помощью выделенной возможности;
- факторами поля СИУ являются угроза и сильная сторона предприятия, используя которую, можно ликвидировать данную угрозу;
- поле СЛУ состоит из пары следующих факторов: слабой стороны и угрозы, которые возможно устранить одновременно при выборе верной стратегии. [5]

На основании матрицы SWOT выбирают и разрабатывают стратегию развития организации. В основу стратегии кладутся выявленные сильные стороны организации, позволяющие использовать возможности, предоставляемые внешней средой, для ликвидации слабых сторон организации и уменьшения действия угроз.

Список использованных источников:

1. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Дело, 1997. - 704 с.
2. Зуб А. Т., Локтионов М. В. Стратегический менеджмент. Системный подход / А. Т. Зуб, М. В. Локтионов. – М.: Генезис. – 2012. – 848 с.
3. Баталов А. М. Разработка концепции стратегии развития среднего и малого предприятия инструментарий для практика / А. М. Баталов // Стратегический менеджмент. – 2013. - №8. – С. 116 – 125
4. Виханский О. С., Наумов А. И. Менеджмент: учебник / О. С. Виханский, А. И. Наумов. - 5 е изд. стереотипн. — М.: Магистр: ИНФРА М, 2014. — 576 с.
5. Гайдук В. И., Такахо Э. Е. Методы и инструменты стратегического [планирования](#) / В. И. Гайдук, Э. Е. Такахо // Политематический сетевой электронный научный журнал. – 2014. – №103. – С.1-18