



Рисунок 1 – Динамика уровня производственного, финансового и производственно-финансового потенциала ОАО «Витебские ковры»

Анализ финансово-производственного потенциала организации позволила сделать вывод, что ОАО «Витебские ковры» использует его лишь наполовину. Основными факторами, сдерживающими рост производственно-финансового потенциала являются сужение традиционных рынков сбыта; высокий уровень инфляции; недостаточность инвестиций в основной капитал, высокий уровень дебиторской задолженности в активах, несбалансированной денежных потоков, низкое денежное содержание прибыли.

УДК 1 : 316

МЕТОД SWOT-АНАЛИЗА В СТРАТЕГИЧЕСКОМ УПРАВЛЕНИИ ОРГАНИЗАЦИЙ

Студ. Воробьёв Д.С., к.т.н., доц. Савицкая Т.Б.

Витебский государственный технологический университет

В условиях экономического кризиса хорошо разработанная маркетинговая стратегия может обеспечить устойчивое конкурентное преимущество предприятию, необходимое ему для успешного ведения предпринимательской посреднической деятельности и достижения определенных финансовых результатов даже в этих сложных условиях.

Объектом исследования являлось ОАО «Знамя индустриализации», входящее в концерн «Беллепропром». Как предмет исследования при сборе и обработке данных будем рассматривать план проведения рекламных мероприятий.

Одним из самых эффективных инструментов анализа в стратегическом менеджменте признан SWOT анализ (перевод с англ. swot analysis). Сущность SWOT анализа заключается в оценке внутренних и внешних факторов компании, оценке рисков и конкурентоспособности товара в отрасли.

Для разработки стратегии ОАО «Знамя индустриализации» на рынке обобщим возможности и угрозы со стороны внешнего окружения, соотнеся их с сильными и слабыми сторонами предприятия, используя SWOT-анализ (таблица 1).

На основе внутренних данных предприятия, различной научной и периодической литературы, данных интернет-сайтов, официальной статистики Республики Беларусь были выявлены сильные и слабые стороны ОАО «Знамя индустриализации», а также возможности и угрозы во внешней среде. Степень влияния факторов внешней и внутренней среды оценивалась по 3-х бальной шкале: 3 – очень высокое влияние, 2 – среднее влияние; 1 – очень низкое влияние.

Наибольшее влияние на деятельность организации оказывают ее внутренние сильные стороны (25 баллов): опыт работы в отрасли, хорошее качество изготовления швейных изделий и более низкие издержки производства по сравнению с конкурентами. В то же время достаточно велики внутренние слабые стороны организации (16 баллов).

Таблица 1 – Оценка внутренней и внешней среды ОАО «Знамя индустриализации» на рынке Республики Беларусь

ВНУТРЕННИЕ СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ (S)	Оценка в баллах	ВНУТРЕННИЕ СЛАБЫЕ СТОРОНЫ (W)	Оценка в баллах
1. опыт работы в отрасли;	3	1. недостаток автоматизированного оборудования;	2
2. наличие интернет - сайта;	1	2. предоставление отсрочки платежа, государственной торговой сети, 60-90 дней;	2
3. участие в выставках, ярмарках, в т.ч. за рубежом;	3	3. недостаточное количество собственных средств и инвестиций для полной модернизации производства;	2
4. приемлемая цена продукции;	3	4. нехватка высококвалифицированных кадров среди рабочих;	2
5. хорошее качество изготовления швейных изделий;	3	5. отсутствие собственных фирменных магазинов во всех областных центрах страны;	1
6. энергонезависимость (мини-ТЭЦ);	3	6. низкий уровень менеджмента по сравнению с иностранными конкурентами;	3
7. наличие валюты от экспорта продукции;	3	7. отсутствие интернет – магазина;	2
8. улучшение финансового состояния в 2011-2013 г;	3	8. неизвестность новой товарной марки «Viva Lady» для большинства покупателей.	
9. более низкие издержки производства по сравнению с конкурентами.	3		
Итого	25	Итого	16
ВНЕШНИЕ ВОЗМОЖНОСТИ (O)	Оценка в баллах	ВНЕШНИЕ УГРОЗЫ (Т)	Оценка в баллах
1. снижение интенсивности конкуренции на внутреннем рынке;	3	1. иностранные конкуренты с более высоким качеством продукции;	3
2. снижение стоимости рекламных услуг в у.е. на внутреннем рынке;	2	2. невысокий уровень покупательской способности населения;	3
3. повышение спроса на толлинговые операции со стороны зарубежных заказчиков.	2	3. рост цен на сырье;	3
		4. изменение вкусов и потребностей покупателей;	2
		5. высокий уровень инфляции;	3
		6. развивающиеся конкурентные отношения;	3
		7. мировой экономический кризис.	
Итого	7	Итого	20

Составлено автором по [1].

Выявлена сильная угроза со стороны внешней среды (20 баллов): мировой экономический кризис, высокий уровень инфляции и рост цен на сырье. Внешние возможности для организации невелики (7 баллов) и в основном заключаются в снижении интенсивности конкуренции на внутреннем рынке.

Определим связь между возможностями, угрозами, сильными и слабыми сторонами деятельности организации, для этого составим обобщающую матрицу SWOT (таблица 2.).

Таблица 2 – Связь между возможностями, угрозами, сильными и слабыми сторонами организации

Организация	Внешняя среда	
	Возможности (O)	Угрозы (Т)
Сильные стороны (S)	25*7= 175	25*20= 500
Слабые стороны (W)	16*7= 112	16*20= 320

Составлено автором по [1].

Как видно из таблицы 2, предприятие попало в квадрат «Сильные стороны – Угрозы», что свидетельствует о том, что для успешного продолжения деятельности организация должна использовать свои сильные стороны для нивелирования возможных угроз во внешней среде.

Период экономического спада в Республике Беларусь ОАО «Знамя индустриализации» должно использовать для повышения известности и улучшения имиджа собственных товарных марок «Dominion» и «Viva Lady».

Анализ внешней и внутренней среды позволил выявить признаки финансово-экономического спада, в результате которого зафиксирован, рост цен и падение интенсивности конкуренции, что повлекло значительное сужение емкости рынка одежды Республики Беларусь.

Таким образом, на внутреннем рынке предприятию следует реализовать стратегию концентрированного роста – усиление позиции предприятия на рынке за счет активизации маркетинговой деятельности.

Для реализации этой стратегии можно предложить провести следующие маркетинговые мероприятия, представленные в таблице 3.

Таблица 3 – Мероприятия по стимулированию объема продаж на рынке Республики Беларусь, в бел. руб.

Средства рекламы	Цена за единицу	Квартал. Количество сообщений				Итого сообщений, ед.	Всего расходов
		1 кв.	2 кв.	3 кв.	4 кв.		
1. Реклама на телевидении (канал БТ)	722 000 за 1 показ	-	60	60	60	180	129 960 000
2. Реклама на радио (радио «Витебск»)	18 750 за 30с	90	90	90	90	360	6 750 000
3. Реклама на билбордах (6x3 м.) – 4 шт.	500 000	12 месяцев				4	24 000 000
4. Реклама на троллейбусе	6 500 000	1 троллейбус в 2 областных городах РБ				2	13 000 000

Составлено автором

– Реклама на телевидении является наиболее эффективным способом воздействия на потребителя.
 – Реклама на радио является менее дорогим способом рекламирования товара по сравнению с рекламой на телевидении.
 – В последнее время один из самых востребованных и основных видов наружной рекламы является реклама на билбордах.

– Реклама на транспорте является не менее эффективным и одновременно дешевым средством рекламирования товара. Данный вид рекламы предлагается разместить на троллейбусе путем нанесения изображений новых товарных марок «Dominion» и «Viva Lady» в двух областных центрах Республики Беларусь.

Таким образом, главными задачами деятельности ОАО «Знамя индустриализации» на внутреннем рынке является обеспечение узнаваемости, повышение имиджа товарных марок «Dominion» и «Viva Lady», обеспечение лояльности покупателей и сохранение существующих позиций на рынке.

Список использованных источников

1. Метод SWOT анализа в стратегическом управлении [Electronic resource] – Mode of access : <http://powerbranding.ru/biznes-analiz/swot/>. – Date of access : 14.05.2015.

УДК 658.14/.17

ОЦЕНКА ФИНАНСОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ОАО «ВИТЕБСКИЕ КОВРЫ»

Студ. Горохова Ж. В., ст. преп. Бабеня И.Г.

Витебский государственный технологический университет

Анализ и оценка финансового потенциала организации позволяет выявить наиболее существенные проблемы в финансовой деятельности организации, установить причины их возникновения, что является важным условием стабильности деятельности организации и необходимым этапом разработки финансовой стратегии организации.

Цель настоящего исследования состоит в апробации методических подходов к оценке финансового потенциала организации. Объектом исследования является ОАО «Витебские ковры» - одно из старейших предприятий текстильной промышленности Республики Беларусь..

Если проанализировать работы отечественных и зарубежных авторов в области оценки финансового потенциала организации, можно выделить следующие методические подходы:

- анализ финансового потенциала на основе финансовых коэффициентов;
- анализ финансового потенциала на основе анализа денежных потоков;
- ресурсный подход к оценке финансового потенциала;
- балльная оценка финансового потенциала;
- покомпонентный анализ финансового потенциала.

Методики оценки финансового потенциала организации, основанные на анализе финансовых коэффициентов, различаются набором коэффициентов и временным лагом исследования. Так как финансовый потенциал – динамическая категория, наиболее оправданным является проведение такого анализа на длительных интервалах – от трех лет. Оценка финансового потенциала ОАО «Витебские ковры» на основе анализа финансовых коэффициентов была дополнена анализом имущественного положения и источников средств организации. В результате были выявлены следующие проблемы:

– инвестиции в основные средства организации привели к росту уельного веса долгосрочных активов в общей сумме активов организации, что приводит к снижению показателя мобильности имущества и снижению ликвидности баланса при прочих равных условиях и является оправданным. Однако, должной отдачи организация не получает, так как темп роста стоимости основных средств выше темпа роста объемов производства;

– темп роста запасов готовой продукции ниже темпа роста объемов производства. Однако, относительное снижение запасов готовой продукции на складах ОАО «Витебские ковры» связано не с ростом спроса на продукцию организации, а с ростом дебиторской задолженности. Рост последней в 2013