

ПРИМЕНЕНИЯ SWOT-АНАЛИЗА ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ПОЛИТИКИ И ЦЕЛЕЙ В ОБЛАСТИ КАЧЕСТВА НА ПРИМЕРЕ ООО ТРАНСПОРТНАЯ КОМПАНИЯ «ГИМА»

Р.В. Рыжиков, студент гр. УКб-121, 4 курс
Научный руководитель: Л.В. Рыжикова
ФГБОУ ВПО Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева

Аннотация: В статье рассматривается применение SWOT–анализа, для определения направления развития деятельности компании.

Важной задачей на предприятии является определение политики и целей в области качества. Для выявления политики, которой нужно придерживаться и целей, которые необходимо и реализовывать необходимо провести анализ, который даст описание всей ситуации на предприятии.

SWOT–анализ – метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации и разделении их на четыре категории: Strengths (сильные стороны), Weaknesses (слабые стороны), Opportunities (возможности) и Threats (угрозы).

Задача SWOT-анализа — дать структурированное описание ситуации, относительно которой нужно принять какое-либо решение. Выводы, сделанные на его основе, носят описательный характер без рекомендаций и расстановки приоритетов.

На примере ООО Транспортная компания «ГИМА» определим связь результатов SWOT-анализа с политикой в области качества.

Каждая компания имеет свою собственную специфику производства, поэтому необходимо проанализировать каждый процесс производства, для эффективной работы.

Основной деятельностью компании является организация перевозок грузов и прочая вспомогательная автомобильная деятельность.

Перевозки грузов компания осуществляет как внутри области, так и в пределах всей страны. Самостоятельно организует транспортное производство, ремонт и техническое обслуживание автомобилей. Услуги оказывает как юридическим, так и физическим лицам.

Компания собирается ввести систему менеджмента качества. Для определения направления деятельности, политики и целей в области качества воспользуемся SWOT-анализом. Проведен анализ слабых и сильных сторон.

Таблица 1
Критерии анализа компании

Критерии сравнения	+3	+2	+1	0	-1	-2	-3
Состояние автомобилей	+						
Высококвалифицированный персонал		+					
Устойчивое положение на рынке данных услуг				+			
Авторитет на рынке					+		
Устаревшие автомобили		+					
Гибкость ценовой политики		+					
Стабильность выполнения заказа			+				
Известность марки компании						+	

Далее составлен бланк SWOT-анализа.

Таблица 2

SWOT-анализ

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Современный и в хорошем состоянии автомобильный ряд; ✓ Высококвалифицированный персонал; ✓ Гибкость ценовой политики. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Неустойчивое положение на рынке данных услуг; ✓ Авторитет на рынке; ✓ Стабильность выполнения заказа; ✓ Известность марки компании.
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Повышение роста спроса на услуги; ✓ Позитивные контакты с отечественными и европейскими транспортными предприятиями; ✓ Выход на международный рынок транспортных услуг. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Снижение прибыли, из-за роста себестоимости услуг по сравнению с конкурентами; ✓ Угроза появления новых конкурентов.

После проведения SWOT-анализа определены перспективы развития предприятия и выявлены слабые стороны, которые нуждаются в исправлении.

С помощью проведенного анализа видны механизмы развития, которые будут являться неотъемлемой частью составления политики и целей в области качества.

После проведения SWOT-анализа выявлены сильные стороны из них видно, что состояние автомобильного ряда и компетентность персонала являются главными критериями компании. Также сильной стороной является гибкость ценовой политики.

Устранение слабых сторон, а именно стабильность выполнения заказа, можно решить с помощью разработки моделей бизнес-процессов деятельности компании. Это позволит наглядно увидеть систему процессов компании и детально проанализировать их деятельность. После стабилизации выполнения заказов компания зарекомендует себя как организация, которая выполняет качественно свои услуги, что поможет ей добиться устойчивого положения на рынке, авторитет и известность торговой марки.

В дальнейшем это поможет компании выйти на международный рынок транспортных услуг с качественными перевозками и поможет избежать угроз со стороны конкурентов.

Вывод: после проведения SWOT-анализа видны механизмы, с помощью которых будут ставиться цели и определяться направления деятельности развития компании.

Список литературы:

1. ru.wikipedia.org/wiki/SWOT
2. Устав ООО ТК «ГИМА», 2015
3. studentbank.ru/view.php?id=70158&p=6