Строительная компания

Каткова Татьяна 2075/1

Проект

Сущность моего проекта – это создание современной строительной компании.

Миссия компании

Обеспечить людей и организации современными, высококачественными, быстровозводимыми и экономичными жилыми домами и зданиями за счет использования самых передовых технологий мировых лидеров строительной индустрии.

Миссия компании

Содействие экономическому и культурному развитию региона путем выполнения качественных работ по реконструкции, строительству, реставрации объектов различного назначения и участие на конкурсной основе во всех значимых строительных проектах Северо-Западного региона и Российской Федерации.

Первичный SWOT-анализ

	СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ	СЛАБЫЕ СТОРОНЫ
	ВОЗМОЖНОСТИ "O" — OPPORTUNITIES	**УГРОЗЫ "T" — THREATS**
Внешняя среда	**1.** Растущий рынок. **2.** Общенациональная государственная программа «доступное жилье». **3.** Возможности быстрого роста. **4.** Наличие новых привлекательных географических рынков. **5.** Появление новых технологий в строительстве **6.** Приток частного и иностранного капитала в строительную отрасль. **7.** Вхождение в вто как снижение торговых барьеров для входа на иностранные рынки.	**1.** Низкая доступность финансов. **2.** Высокая конкуренция. **3.** Развитие альтернативных технологий и аналогов оборудования. **4.** Изменение системы контроля в строительстве. **5.** Высокая степень контроля бизнеса со стороны государства. **6.** Отсутствие нормативов по стандартизации новых технологий. **7.** Дефицит специалистов. **8.** Угроза поглощения более крупной компанией.
	ПРЕИМУЩЕСТВА "S" — STRENGTH	**НЕДОСТАТКИ "W" — WEAKNESS**
Внутренняя среда	**1**.Инновационность **2**. Команда высококвалифицированных специалистов **3**. Широкая производственная линейка **4.** Система профессионального обучения и повышения квалификации **5**. Программа социальной ответственности **6**. Послепостроечный мониторинг за осадками зданий и сооружений **7**. Использование опыта лидеров мирового рынка Высокое качество и гарантия производимых работ	**1.** Недостаток финансовых средств (оборотных и для осуществления стратегических инициатив) **2.** Низкая рентабельность производственной деятельности из-за слабой организации снабжения и технического сервиса механизмов. **3.** Высокие издержки производства. **4.** Громоздкость организационной функциональной структуры из-за отсутствия формализации процессов управления **5.** Слабая маркетинговая политика

Поэлементный SWOT-анализ

Сопоставим полученные факторы для выделения возможных частных стратегий и их последующего анализа.

- **Конкурентные активы.**
  Использование **преимуществ** компании (сильных сторон) для освоения рыночных **возможностей** (S-O)
- **Конкурентные пассивы.**
  Преодоление **недостатков** компании (слабых сторон) для нивелирования **угроз** (W-T)
- **Узкие места.** Преодоление **недостатков** компании (слабых сторон) для освоения**возможностей** (W-O)
- **Безопасность и защита.**
  Использование **преимуществ** компании (сильных сторон) для нивелирования **угроз** (S-T)

	S - ПРЕИМУЩЕСТВА	W - НЕДОСТАТКИ
O	**Конкурентные активы: поле S-O** Как компания может использовать свои сильные стороны для освоения возможностей? **Стратегия:** Максимизация использования сильных сторон и благоприятных возможностей	**Узкие места: поле W-O** Как компания может преодолеть свои слабые стороны для освоения возможностей? **Стратегия:** Минимизация влияния слабых сторон и максимизация использования благоприятных возможностей
Возможности	**1.** Стратегия быстрого роста **2.** Стратегия укрупнения посредством слияния или поглощения **3.** Стратегия диверсификации по отраслям: жилищное, транспортное, подземное и т.д. **4.** Стратегия функционального лидерства **5.** Участие в консорциумах, вхождение или создание холдинга	**1.** Стратегия реорганизации с изменением организационной структуры **2.** Стратегия географического расширения **3.** Стратегия освоения смежных рынков **4.** Стратегия внедрения менеджмента качества **5.** Увеличение объема НИОКР
T	**Безопасность и защита: поле S-T** Как компания может использовать свои сильные стороны для нивелирования угроз? **Стратегия:** Максимизация использования сильных сторон и минимизация возможных угроз	**Конкурентные пассивы: поле W-T** Как компания может преодолеть свои слабые стороны для нивелирования угроз? **Стратегия:** Минимизация влияния слабых сторон и минимизация возможных угроз.
Угрозы	**1.** Стратегия реорганизации с изменением организационной структуры **2.** Стратегия укрепления организационной культуры **3.** Стратегия отраслевой диверсификации с целью минимизации рисков **4.** Стратегия внедрения менеджмента качества **5.** Участие в консорциумах, вхождение или создание холдинга **6.** Наступательная маркетинговая политика	**1.** Стратегия лидерства по издержкам **2.** Стратегия внедрения менеджмента качества **3.** Интеграция «назад»:открытия бетонного завода и арматурного цеха **4.** Стратегия долгосрочного привлечения финансового капитала **5.** Интеграция «вперед»: генподряд, развитие, инвестиции в строительство

Частные стратегии

На основе выше перечисленных факторов можно выделить частные стратегии, которые позволят реализовать рыночные возможности и избежать рыночных угроз, используя сильные стороны компании и нивелируя свои слабые стороны. Стратегические альтернативы отсортированы по важности, начиная с наиболее востребованной стратегии в текущей ситуации.

Наступательная маркетинговая политика

- Большой потенциал, учитывая отсутствие систематизированных усилий по организации продаж до сих пор и возросшую конкуренцию. Причем не надо бояться продать больше объемов работ, чем можно реально выполнить на имеющемся оборудовании. Рыночный момент настолько благоприятен, что растущие цены, скорее всего, позволят привлекать на работы субподрядчиков из других регионов и возможно конкурентов (или бывших заказчиков со своим оборудованием). Главная задача в таких условиях - закрепиться на рынке в новых условиях и расширить свою долю, расширить список компаний-заказчиков;

- Важно понимать, что только сильная маркетинговая стратегия - защита от ценовых войн. Ценовой рычаг - путь к демпингу и нулевой рентабельности.

Быстрый рост

Возможен, в краткосрочной перспективе это общая рыночная тенденция в Санкт-Петербурге на ближайшие 3 года

Стратегия контроля над издержками

- Низкая рентабельность предприятия может быть вызвана высокой себестоимостью. В таких условиях контроль над издержками - важный фактор не только повышения рентабельности, но и конкуренто-способности компании в целом. Принимая во внимание факт возросшей конкуренции в рамках данного сегмента рынка, в качестве целей развития фирмы необходимо ставить интегративный рост как способ сокращения издержек.

Внедрение менеджмента качества

В перспективе неизбежно, так как все больше и больше конкурентов внедряют СМК. В настоящих рыночных условиях компания не может быть признанным Брендом на рынке, не обладая при этом безупречным качеством своих услуг.

Функциональное лидерство

Возможно, но требует значительных инвестиций в НИОКР. В условиях, когда компания только что выходит на рынок, это будет преждевременно. Необходимо более полно использовать текущие ресурсы и технологии, несущие в себе функциональное лидерство.

Вывод: выбор стратегии

Наиболее эффективными в сложившейся ситуации представляются 2 стратегии:

1. Расширение на рынке: географическая экспансия. Исходя из благоприятной рыночной ситуации, необходимо развивать свое присутствие на рынке СПб и Ленинградской области

a. Именно на рынке СПб и Ленинградской области услуги компании априори наиболее востребованы и адекватны рынку

b. Необходимо расширять долю компании на наиболее перспективных сегментах:

- Жилищное строительство;
- Промышленно-складское строительство;
- Торгово-развлекательные комплексы;

2. Развитие рынка. Необходимо воспользоваться передовыми технологиями и наработанными компетенциями для продвижения в регионы России