

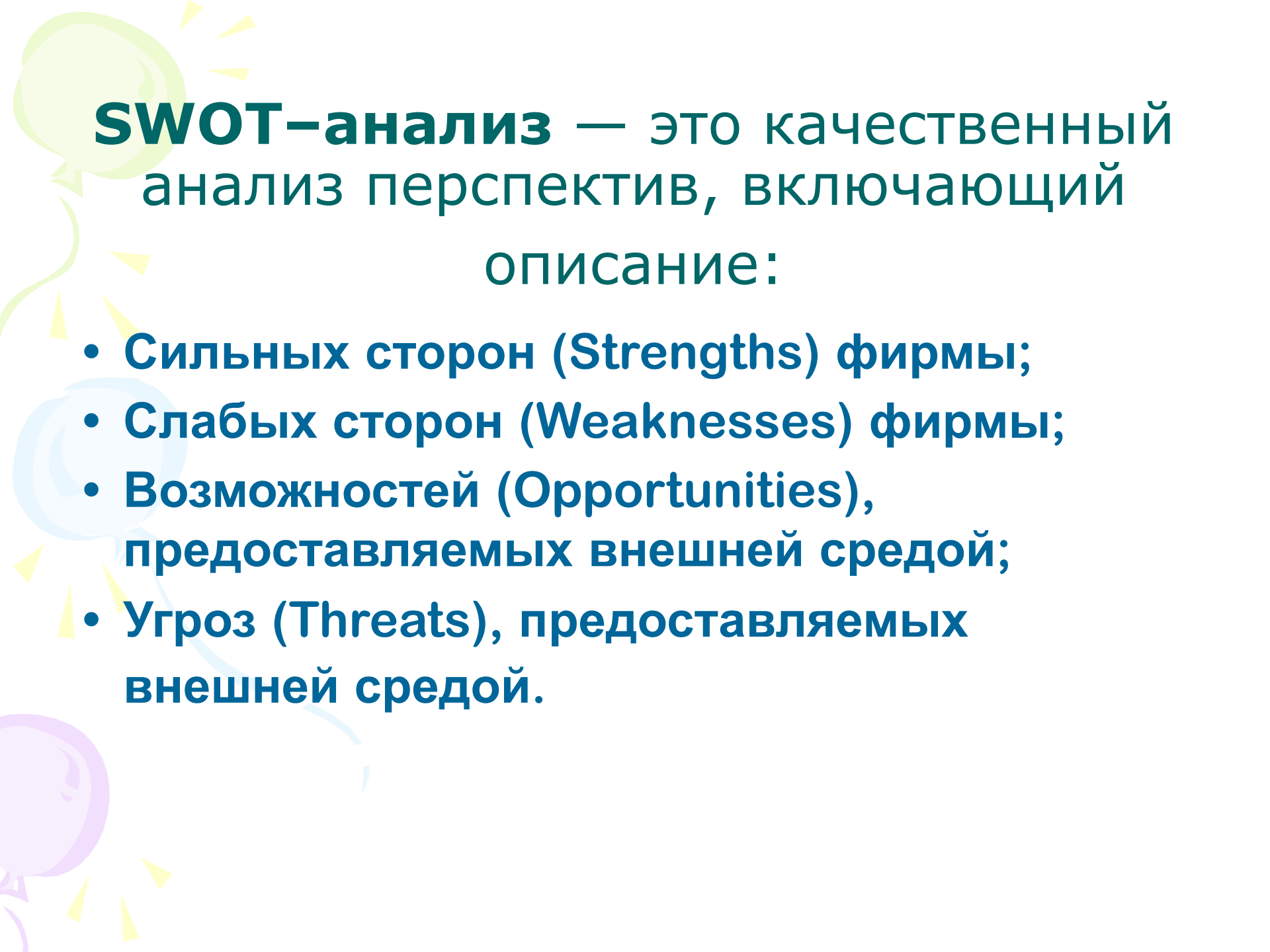
SWOT-анализ и его использование в стратегическом анализе

**Работа ст.гр. ОА-081
Ульянич Т.Ф.**



SWOT-анализ

- это метод стратегического планирования, используемый для оценки факторов и явлений, влияющих на проект или предприятие, которые способствуют достижению целей предприятия или осложняющих его.

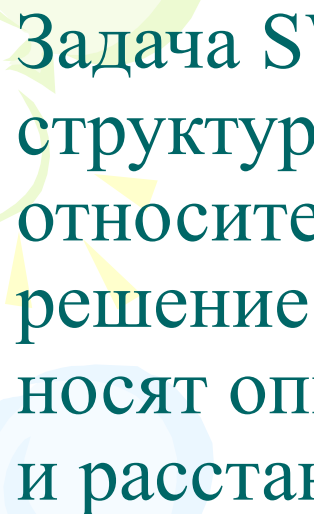


SWOT-анализ — это качественный анализ перспектив, включающий описание:


- **Сильных сторон (Strengths) фирмы;**
- **Слабых сторон (Weaknesses) фирмы;**
- **Возможностей (Opportunities), предоставляемых внешней средой;**
- **Угроз (Threats), предоставляемых внешней средой.**

SWOT-анализ обычно представляют в виде матрицы:

	Положительное влияние	Отрицательное влияние
Внутренняя среда	Strengths – свойства предприятия, проекта или коллектива, дающие преимущества перед другими в отрасли.	Weaknesses – внутренние свойства, ослабляющие проект, предприятие, коллектив и т.д.
Внешняя среда	Opportunities – внешние вероятные факторы, дающие дополнительные возможности по достижению цели.	Threats – внешние вероятные факторы, которые могут осложнить достижение цели.



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.



Поскольку SWOT-анализ в общем виде не содержит экономических категорий, его можно применять к любым организациям, отдельным людям и странам для построения стратегий в самых различных областях деятельности.



Пример SWOT-анализа

**Химчистка/прачечная
Columbia Cleaners**

Справка о бизнесе предприятия, по которому проводится пример:

«Экономика США понемногу восстанавливается и качество жизни растет. Люди стараются тратить больше времени и денег на то, чтобы получать удовольствие, а не делать работу по дому. Они хотят, чтобы кто-нибудь другой делал за них работу по чистке и уборке. В Хилсборо на 70 тыс. населения 7 химчисток и прачечных.

Эти химчистки принимают от клиентов вещи, чистят и ждут, когда они их заберут. Клиенты вынуждены ездить по городу, искать место для парковки, тащить свои вещи, такие как занавески, простыни и т.п. в прачечную и ждать, пока их обслужат. Потом они повторяют тот же скучный процесс, когда забирают обратно вещи. Кроме того, эти прачечные открыты с 9 утра до 6 вечера и закрыты в воскресенье, т.е. работают практически в часы работы большинства офисов, что особенно не удобно для работающих клиентов.

Понимая и стараясь исправить ситуацию, наша прачечная/химчистка будет включать бесплатную доставку на чистку и обратно. Мы сделаем жизнь наших клиентов проще, сохраняя их время, исключив проблемы с доставкой, парковкой, тем, что они могут забыть забрать вещи, пропустить обед или позже приехать домой...»



SWOT – Сильные стороны:

1. Предприятие предлагает действительно **новый** сервис химчистки и прачечной с доставкой;
2. Предприятие предлагает **быстрый** и **полезный** сервис для того, чтобы **сохранить** время своих **клиентов**.



SWOT – Слабости:

1. Наличие конкурентов среди уже существующих прачечных в городе;
2. Бизнес начинается с «0», т.е. с самого начала;
3. Меньше опыта, чем у конкурентов.



SWOT – Возможности:

1. Расходы на одежду растут, включая дорогую одежду. Поэтому спрос на услуги по уходу за одеждой тоже растет;
2. Все больше и больше женщин, которые по традиции стирают и чистят одежду дома, работают в офисах и на предприятиях и у них меньше времени на домашние дела. Целевой рынок для нашего бизнеса это рабочий класс и класс профессионалов и мужчин, и женщин;
3. Средний доход жителей Хилсборо растет;
4. Люди стремятся тратить больше времени на удовольствия и развлечения, а не на работу по дому;
5. Участие в постоянно растущем сервисе. По прогнозам, отрасль химчисток и прачечных будет постоянно расти в 2010 году;
6. Можно открыть сеть прачечных с одинаковым уровнем качества услуг;
7. Возможность уменьшить постоянные затраты при увеличении продаж.



SWOT – угрозы:

1. Если бизнес будет успешным, появятся новые конкуренты, которые будут предлагать те же услуги;
2. Развитие технологий может дать возможность чистить одежду с помощью домашних стиральных машинок.

анализа предприятие МОЖЕТ:

- Определить дальнейшую стратегию деятельности;
- Составить план организации работы и её развития;
- Определить новые цели или скорректировать прежние;
- Возможность выбрать из нескольких планов действий;
- Определить, по возможности, основные влияющие факты внутри и снаружи предприятия;
- Избежать возможных угроз;
- Взвесить все «за» и «против» принимаемых решений.