



SWOT-АНАЛИЗ

ОСОБЕННОСТИ
ПРИМЕНЕНИЯ И
МЕТОДОЛОГИЯ
ПРОВЕДЕНИЯ

SWOT-анализ



позволяет выявить и структурировать сильные и слабые внутренние стороны фирмы, а также потенциальные возможности и угрозы, существующие во внешней среде

Для чего?

- ▶ «SWOT-самоанализ», для того, чтобы понять, куда двигаться дальше в карьерном развитии. Она поможет реально оценить свои силы и возможности, четко определиться на какие моменты вам нужно будет акцентировать внимание простая методика поможет найти правильное адекватное ситуации решение.

Акроним был представлен профессором Эндрюсом визуально в виде SWOT матрицы



Аббревиатура:

Strengths – сильные

Weakness – слабые

Opportunities –

ВОЗМОЖНОСТИ

Threats – угрозы

SWOT анализ

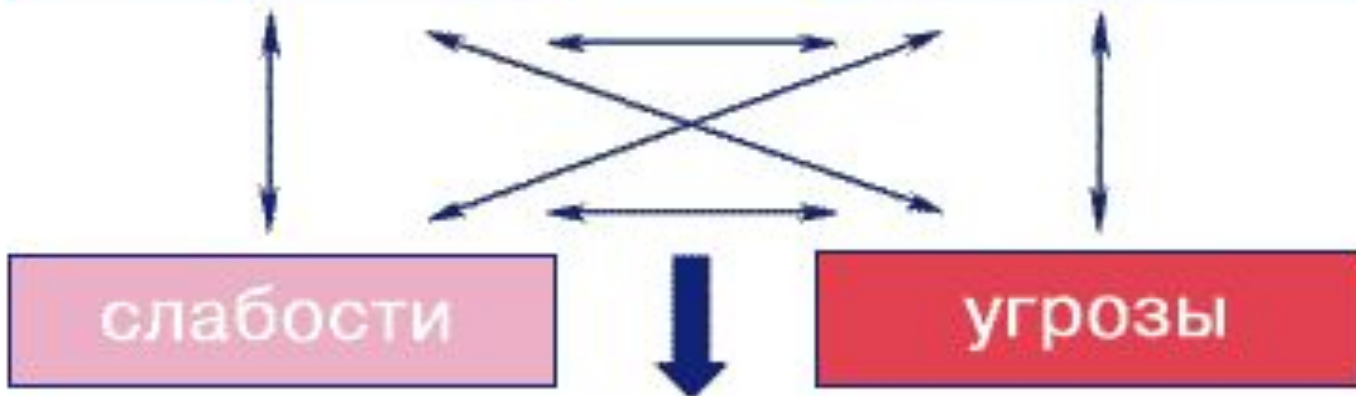
- ▶ – это анализ сильных и слабых сторон организации а также возможностей и угроз со стороны внешней окружающей среды. «S» и «W» относятся к внутреннему состоянию организации, а «O» и «T» к внешнему окружению организации.

внутренний анализ

СИЛЫ

внешний анализ

ВОЗМОЖНОСТИ



слабости

угрозы

стратегия

Главное при проведении SWOT-анализа это умение мыслить, умение посмотреть на свою организацию, встающие задачи и проблемы «взглядом со стороны».



Основные направления развития SWOT-анализа

- ▶ отображение в модели динамических изменений ОО;
- ▶ учет результатов анализа ОО и ее конкурентной среды с использованием классических моделей стратегического планирования;
- ▶ разработка SWOT-моделей с учетом различных сценариев развития ситуаций.

Правила SWOT-анализа

1. Тщательно определите сферу каждого SWOT-анализа;
2. Поймите различия между элементами SWOT: силами, слабостями, возможностями и угрозами;
3. Сильные и слабые стороны могут считаться таковыми лишь в том случае, если так их воспринимают субъекты образовательного процесса;
4. Будьте объективны и используйте разностороннюю входную информацию;
5. Избегайте пространных и двусмысленных формулировок .

Этапы SWOT-анализа



1. Обозначение цели SWOT-анализа
2. Определение сильных и слабых сторон
3. Определение возможностей и угроз
4. Ранжирование и уточнение формулировок сильных и слабых сторон
5. Ранжирование и уточнение формулировок возможностей и угроз
6. Формирование матрицы SWOT
7. Формулировка критериев выбора стратегии
8. Анализ «отвергнутых» стратегий
9. Примерная оценка стоимости выбранной стратегии
10. Утверждение стратегии

Основные параметры SWOT-анализа





Внешний аудит

Этап



Привлекательность
учреждения



Конкурентная среда



Ожидаемые или
возможные изменения ОУ

Этапы SWOT-анализа

ЭТАП 1. проанализированы сильные и слабые стороны ОО.

Этап

Сильные стороны

- ▶ Опыт работы ОО
- ▶ Известность ОО
- ▶ Открытость ОО (Регулярное проведения семинаров, конференций, дней открытых дверей, дней самоуправления и т. д.)
- ▶ Разработанная система обучения новых сотрудников (молодых педагогов, система наставничества)
- ▶ Традиции высокого качества обучения, воспитания и гостеприимства
- ▶ Налаженные партнерские отношения.
- ▶

Слабые стороны

- ▶ Демотивирующая система компенсации сотрудников, не стимулирующая к повышению квалификации
- ▶ Большой процент текучести кадров около
- ▶ Слабая материально техническая база
- ▶ % выпускников.
- ▶ Низкий уровень анализа.
- ▶ Недостаток внутриорганизационных коммуникаций, отсутствие регулярного информирования сотрудников о результатах их труда, слабая обратная связь, являющиеся демотивирующими факторами.

....

Анализ внешней среды позволит выявить следующие возможности и угрозы для развития ОО

Возможности

- ▶ Стабилизация образовательного процесса приведет к открытию новых классов (популярность ОУ в микрорайоне т.д.)
- ▶ Стабильность кадров, привлечение молодых специалистов
- ▶ Сохранение услуг групп продленного дня
- ▶

Угрозы

- ▶ Рядом другая конкурирующая школа, перетягивающая к себе контингент
- ▶ ...

Сильные стороны

- ▶ Имеет устойчивое конкурентное преимущество в виде уникальной разработанной системы образования и воспитания
- ▶ Сотрудничество с другими ОО (дополнительное образование детей и партнеры, спонсоры)
- ▶ Руководитель ОО.
- ▶ ...

Слабые стороны

- ▶ Ассортимент дополнительных образовательных услуг перестает соответствовать предпочтениям детей и родителей.
- ▶ Недостаточное финансирование (каких-либо услуг), снижает возможности привлечения новых субъектов.

ЭТАП 2. Результаты заносятся в матрицу.

| Наименование | Подробное описание |
|------------------------|--------------------|
| Сильные стороны | |
| | |
| | |
| Слабые стороны | |
| | |
| | |
| Возможности | |
| | |
| | |
| Угрозы | |
| | |
| | |

Стандартная матрица базового SWOT анализа

Этап

| Сильные стороны | Возможности |
|------------------------|-----------------------|
| 1. 2. 3. ... | 1. 2. 3. ... |
| Слабые стороны | Угрозы |
| 1. 2. 3. ... | 1. 2. 3. ... |

Этап 3

возможности и угрозы, выявленные в процессе анализа, разбиваются на три группы по приоритетности, необходимости концентрации усилий и средств и тщательности мониторинга.

Этап

| Вероятность реализации угроз | Последствия угроз | | |
|------------------------------|-------------------|---------|--------|
| | разрушительные | тяжелые | легкие |
| Высокая | | | |
| Средняя | | | |
| Низкая (маловероятно) | | | |

Этап 4

- С учетом выявленных возможностей и угроз выделяются основные взаимовлияющие группы «Возможности – сильные/слабые стороны» «Угрозы – сильные/слабые стороны» и составляется соответствующая матрица.

Этап

| | Описание | Сильные стороны | | | Слабые стороны | |
|-----------------|----------|-----------------|-----|-----|----------------|-----|
| | | ... | ... | ... | ... | ... |
| Возможно СТИ | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| Угрозы | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |
| | | | | | | |

ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫМ ЭТАПОМ

- ▶ становится формулировка основных стратегических направлений с учетом их важности.
- ▶ Стратегические возможности и угрозы, которые требуют концентрации всех необходимых ресурсов для их реализации и соответствующие угрозы, требующие повышенного внимания и тщательного постоянного мониторинга, относятся к самой приоритетной части. Они должны находиться под постоянным контролем Администрации.



Список литературы

- ▶ Беляев В. И. Маркетинг: основы теории и практики : учеб. / В. И. Беляев. – 2-е изд., стереотип. – Москва : КНОРУС, 2007. – 672 с.
- ▶ Богомолова Е. В. SWOT-анализ: теория и практика применения / Е. В. Богомолова // Экономический анализ: теория и практика. – 2004. – № 17 (32). – С. 57–60.
- ▶ Майсак Олег Сергеевич «SWOT-АНАЛИЗ: ОБЪЕКТ, ФАКТОРЫ, СТРАТЕГИИ.ПРОБЛЕМА ПОИСКА СВЯЗЕЙ МЕЖДУ ФАКТОРАМИ» ПРИКАСПИЙСКИЙ ЖУРНАЛ:управление и высокие технологии № 1 (21) 2013 УПРАВЛЕНИЕ В ТЕХНИЧЕСКИХ СИСТЕМАХ