

Презентация на тему: «Метод SWOT-анализа»



Подготовила: Грязнова Ю.А.
Студентка заочного отделения
факультета ГиМУ, группы 3162

SWOT-анализ это метод анализа в стратегическом планировании, заключающийся в разделении факторов и явлений на четыре категории: strengths (сильные стороны), weaknesses (слабые стороны), opportunities (возможности) и threats угрозы)

SWOT-анализ позволяет определить причины эффективной или неэффективной работы компании на рынке. Это сжатый анализ информации, на основании которого делается вывод о том, в каком направлении организация должна развивать свой бизнес, и в итоге определяется распределение ресурсов по сегментам, т.е. на что должен быть направлен инновационный проект. Анализируется нынешняя и прошлая деятельность предприятия, а также внешняя среда организации.

Порядок проведения SWOT-анализа



Формат матрицы SWOT-анализа

	Возможности	Угрозы
Сильные стороны	Как воспользоваться возможностями	За счет чего можно снизить угрозы
Слабые стороны	Что может помешать воспользоваться возможностями	Самые большие опасности для фирмы

Сильные стороны организации - это то, в чем она преуспела, ее отличительные особенности, которые усиливают конкурентоспособность и дают фирме преимущества на рынке. Сильные стороны могут быть использованы как основа для формирования стратегии и создания конкурентного преимущества.



Слабые стороны

организации связаны в основном с отсутствием чего-то важного для функционирования фирмы или с тем, что у нее получается хуже в сравнении с прямыми конкурентами.

Возможности нужно рассматривать прежде всего с точки зрения рыночной привлекательности, которая может обеспечить максимальный рост прибыли фирмы и конкурентное преимущество. Выбор стратегии должен быть максимально ориентирован на отраслевые возможности и использование других внешних возможностей.



Угрозы (опасности) – это определенные факторы внешней среды, которые могут отрицательно повлиять на благосостояние фирмы и препятствовать ее успешному развитию.



SWOT-анализ помогает ответить на следующие вопросы:

1. Использует ли компания внутренние сильные стороны или отличительные преимущества в своей стратегии? Если компания не имеет отличительных преимуществ, то какие из ее потенциальных сильных сторон могут ими стать?
2. Являются ли слабости компании ее уязвимыми местами в конкуренции и/или они не дают возможности использовать определенные благоприятные обстоятельства? Какие слабости требуют корректировки, исходя из стратегических соображений?
3. Какие благоприятные возможности дают компании реальные шансы на успех при использовании квалификации персонала и доступа компании к ресурсам?
4. Какие угрозы должны в наибольшей степени беспокоить менеджера и какие стратегические действия он должен предпринять для защиты?

Если руководство компании не знает ее сильных и слабых сторон, не представляет себе внешних возможностей и не подозревает об угрозах, оно не в состоянии разработать стратегию, соответствующую положению фирмы. Таким образом, SWOT-анализ является необходимым компонентом стратегической оценки этого положения, и его результаты являются основой для разработки стратегии, повышающей эффективность управления компанией.

Конец! 😊

Список литературы:

1. Шифрин, Марк Борисович. Стратегический менеджмент: учеб. пособие / М.Б.Шифрин. - СПб {и др.}: Питер, 2010. - 240 с.;
2. Л.Г. Зайцев, М.И. Соколова. Стратегический менеджмент, 2-е издание. - Москва, 2008. - 526 с.;
3. Корпоративный менеджмент: учеб. пособие / И.И. Мазур {и др.} ; под общ. ред. И.И. Мазур и В.Д. Шапиро. - 3-е изд., стер. - М. : Омега-Л, 2010. - 781 с.;
4. Бирман, Лариса Александровна. Стратегия управления инновационными процессами / Л.А. Бирман, Т.Б. Кочурова; Акад. нар. хоз-ва при Правительстве РФ. - М. : Дело, 2010. - 141 с.;
5. Стратегический менеджмент : учебник / В.Л. Харченко. - М.: Московская финансово-промышленная академия, 2012. - 384 с.
6. Стратегический менеджмент : учеб. пособие / А.И. Долгов, Е.А. Прокопенко. - 2-е издание. - М.: Флинта : НОУ ВПО «МПСИ», 2010. - 280 с.