

SWOT-АНАЛИЗ

Выполнили:

Студенты 4 курса

Группы 17-Ээбо-8

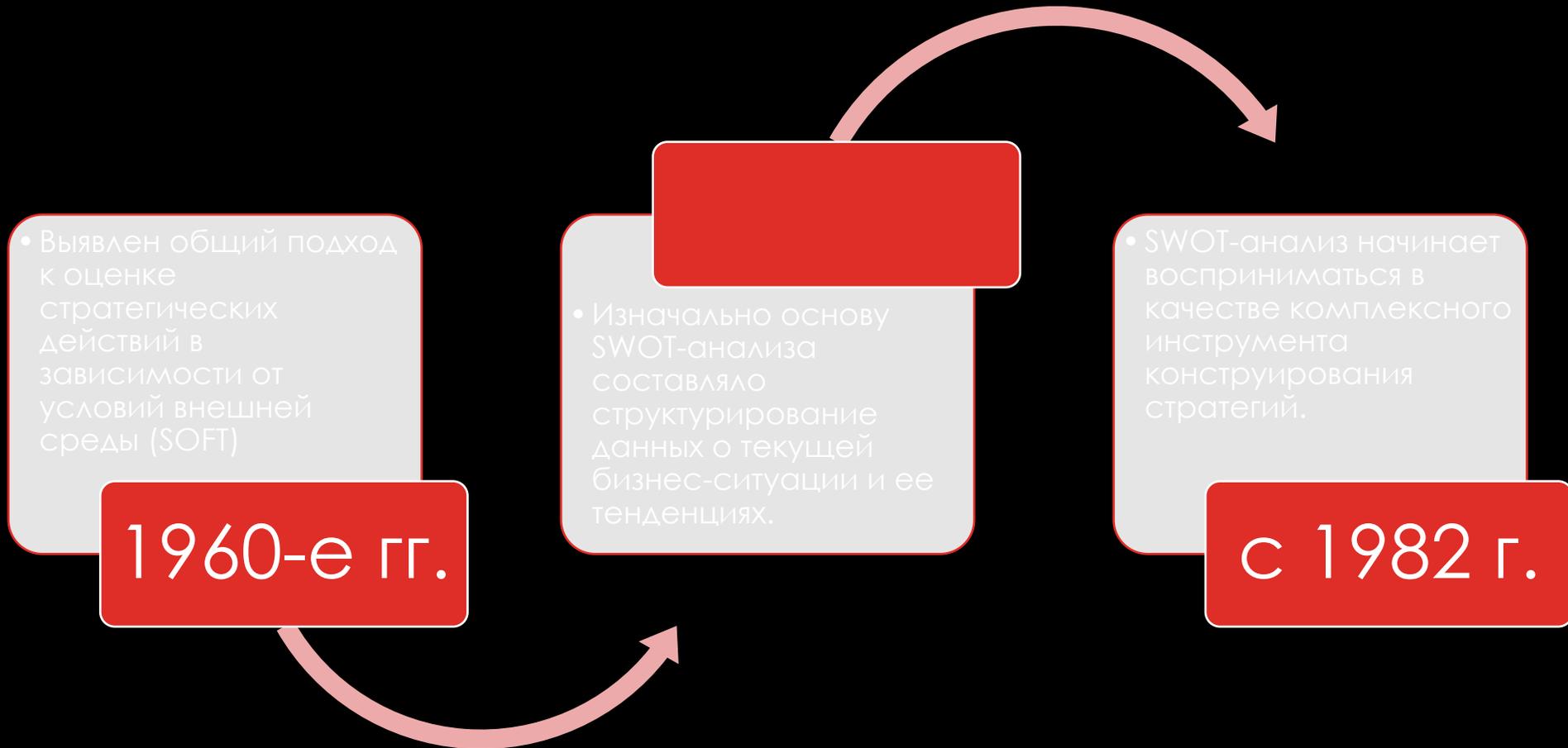
Паршута Юлия

Масленников Сергей

Головнин Илья

Калинникова Екатерина

ИСТОРИЯ ПОЯВЛЕНИЯ SWOT-АНАЛИЗА



SWOT-АНАЛИЗ. ПОНЯТИЕ

- 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), Threats (угрозы).

Задачи SWOT-анализа

- выявить сильные и слабые стороны предприятия и сравнить их с конкурентами;
- выявить возможности и угрозы внешней среды;
- связать сильные и слабые стороны с возможностями и угрозами;
- сформулировать основные направления развития предприятия.

ЭТАПЫ SWOT-АНАЛИЗА

сбор аналитической информации

анализ внутренней и внешней среды, выявление сильных и слабых сторон компании

сопоставление сильных и слабых сторон предприятия и факторов внешней среды; построение матрицы на основе стандартной методики

вывод об уровне инновационного потенциала, актуального для того или иного сочетания сил, возможностей и угроз

ОЦЕНКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПОЗВОЛЯЕТ:

адекватно оценить
состояние и
готовность
предприятия к
инновациям

проанализировать
и спрогнозировать
тенденции развития

подготовить
рекомендации по
формированию
инновационной
стратегии
предприятия и
механизмам ее
реализации

создать и развивать
информационные
потoki для принятия
эффективных УР

Объекты SWOT-анализа

Организации

Отрасли экономики

Государственно-
общественные
институты

Научная сфера

Политические партии

Некоммерческие
организации

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ SWOT-АНАЛИЗА

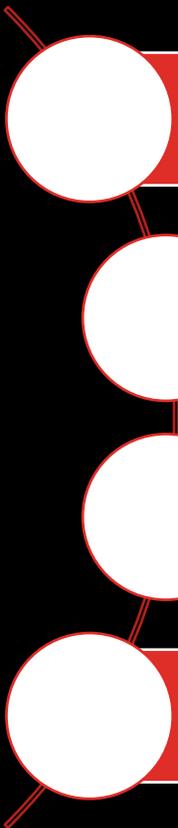
- 
1. Метод применим в самых разнообразных сферах экономики и управления.
 2. Его можно адаптировать к объекту исследования любого уровня
 3. Свободный выбор анализируемых элементов в зависимости от поставленных целей.
 4. Может использоваться как для оперативного контроля деятельности организации, так и для стратегического планирования.

- 
1. При проведении анализа от предмета оценки часто отклоняются.
 2. Оценка возможностей и угроз - это всего лишь оценка с определенной долей вероятности.
 3. SWOT-анализ представляет собой лишь один из способов систематизировать уже существующие знания.
 4. SWOT-анализ показывает только общие цели, а конкретные мероприятия для их достижения надо разрабатывать отдельно.
 5. Результаты данного метода представляются в виде качественного описания, что затрудняет его использование в процессе мониторинга.
 6. Метод является субъективным
 7. Привлечение больших массивов информации, что требует значительных затрат
 8. Сложность разделения будущего и настоящего времени при оценке факторов внешней и внутренней среды компании.

SWOT-МАТРИЦА

- Основным структурным элементом SWOT-анализа является SWOT-матрица.
- Она ассоциируется с таблицей 2*2, в четырех ячейках которой записаны факторы по группам: «Силы», «Слабости», «Возможности» и «Угрозы».
- Составление такой матрицы имеет смысл исключительно в целях наглядности.
- Изучение структурированных данных может аналитику получить предварительные ответы на четыре важных вопроса.

ВОПРОСЫ



Использует ли компания сильные стороны и преимущества в своей стратегии?

Являются ли слабости компании ее уязвимыми местами и какой корректировки они требуют?

Какие благоприятные обстоятельства дают компании шансы на успех?

Какие угрозы должны быть под пристальным контролем и какие действия необходимо предпринимать?

СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ

- Высокая компетентность персонала
- Наличие надежных финансовых источников и собственных уникальных технологий
- Высокая рентабельность НИОКР
- Выгодное географическое положение организации
- Узнаваемость бренда
- Развитая дилерская сеть



СЛАБЫЕ СТОРОНЫ

- Неэффективная организационная структура
- Низкий уровень мотивации персонала
- Высокие издержки производства
- Устаревшие технологии



ВОЗМОЖНОСТИ

- Формирование дополнительных групп потребителей
- Благоприятный законодательный климат
- Низкая активность конкурентов
- Увеличение покупательной способности населения
- Увеличение спроса на производимую продукцию



УГРОЗЫ

- Снижение темпов рынка
- Появление товаров-заменителей
- Усиление влияния поставщиков
- Невыгодные кредитные условия
- Изменения законодательства, приводящие к ограничению спроса на производимую продукцию
- Международные события, приводящие к снижению объема экспорта или импорта



ОСНОВНАЯ МАТРИЦА SWOT-АНАЛИЗА

	Opportunities (возможности)	Threats (угрозы)
Strengths (сильные стороны)	<p>SO – сопоставление внутренних сильных сторон с открывающимися возможностями.</p> <p>Ответ на вопрос: какие сильные стороны организации могут быть использованы для реализации открывающихся возможностей?</p> <p>Возможные стратегии – главные направление стратегического направления организации.</p>	<p>ST – сопоставление сильных сторон организации с потенциальными угрозами.</p> <p>Ответ на вопрос: какие сильные стороны организации могут быть использованы для предоставления потенциальных угроз?</p> <p>Возможные стратегии – реализация потенциальных стратегических преимуществ организации.</p>
Weaknesses (слабые стороны)	<p>WO – сопоставление внутренних сторон с открывающимися возможностями.</p> <p>Ответ на вопрос: какие преобразования необходимо провести в организации, чтобы устранить слабые стороны, препятствующие реализации открывающихся возможностей.</p> <p>Возможные стратегии – направления внутренних преобразований организации.</p>	<p>WT – сопоставление слабых сторон с потенциальными угрозами.</p> <p>Ответ на вопрос: какие слабые стороны организации необходимо устранить, в первую очередь, чтобы воздействие потенциальных угроз на организацию было минимальным?</p> <p>Возможные стратегии – ограничения стратегического развития организации.</p>

- Сопоставление и учет взаимовлияния соответствующих факторов позволяет аналитику выявить и описать четыре типа потенциальных стратегий организации. Как правило, на этом этапе анализа исследователю удастся сформулировать несколько потенциальных стратегий в каждом поле SWOT-матрицы.
- Задача последующей селекции и формирования окончательного варианта решается путем составления матриц оценки возможностей и угроз.

МАТРИЦА ОЦЕНКИ ВОЗМОЖНОСТЕЙ

	Влияние на организацию			
		Сильное	Умеренное	Малое
Вероятность использования	Высокая	ВС	ВУ	ВМ
	Средняя	СС	СУ	СМ
	Низкая	НС	НУ	НМ



МАТРИЦА ОЦЕНКИ УГРОЗ

	Возможные последствия				
		Разрушение	Критическое состояние	Тяжелое состояние	«Легкие ушибы»
Вероятность использования	Высокая	ВР	ВК	ВТ	ВЛ
	Средняя	СР	СК	СТ	СЛ
	Низкая	НР	НК	НТ	НЛ



МАТРИЦА ВАЙРИХА

- Матрица Вайриха позволяет определить приоритеты возможностей исходя из количества их благоприятных сочетаний с сильными сторонами компании.
- Если сильная сторона организации может быть использована для реализации соответствующей потенциальной возможности, то такое сочетание признается благоприятным (в ячейке ставится 1).
- Если влияние сильной стороны на реализацию возможности признается незначительным, то ставится 0.
- Основное достоинство матрицы – ее наглядность.

ПРИМЕР ИНТЕРАКТИВНОЙ МАТРИЦЫ ВАЙРИХА

	Сильные стороны				Сумма
Возможности	1	2	3	4	
1	1	0	0	1	2
2	0	1	0	1	2
3	0	0	0	1	1
4	1	0	0	1	2
5	1	1	1	0	3
6	0	0	1	1	2

Таким образом, возможность 3 определена как наименее благоприятная, поскольку она дает минимальное число благоприятных сочетаний с сильными сторонами (одно).
Возможность 5 – наиболее благоприятная, т.к. она дает максимальное число сочетаний (3).