РАНХиГС
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

SWOT Анализ

в стратегическом управлении

Выполнил студент группы 13512
Афонин Максим Алексеевич

Введение

SWOT-анализ — метод стратегического планирования, заключающийся в выявлении факторов внутренней и внешней среды организации и разделении их на четыре категории: **S**trengths (сильные стороны), **W**eaknesses (слабые стороны), **O**pportunities (возможности) и **T**hreats (угрозы).[1]

Сильные (**S**) и слабые (**W**) стороны являются факторами **внутренней среды** объекта анализа, (то есть тем, на что сам объект способен повлиять); возможности (**O**) и угрозы (**T**) являются факторами **внешней среды** (то есть тем, что может повлиять на объект извне и при этом не контролируется объектом)[1]. Например, предприятие управляет собственным торговым ассортиментом — это фактор внутренней среды, но законы о торговле не подконтрольны предприятию — это фактор внешней среды.

Объектом SWOT-анализа может быть не только организация, но и другие социально-экономические объекты: отрасли экономики, города, государственно-общественные институты, научная сфера, политические партии, некоммерческие организации (НКО), отдельные специалисты, персоны и т. д

История

Акроним **SWOT** был впервые введён в 1963 году в Гарварде на конференции по проблемам бизнес-политики профессором Кеннетом Эндрюсом (англ. *Kenneth Andrews*).

В 1965 году четыре профессора Гарвардского университета — Леранед (англ. *Leraned*), Кристенсен (англ. *Christensen*), Эндрюс (англ. *Andrews*) и Гут (англ. *Guth*) — предложили технологию использования SWOT-модели для разработки стратегии поведения фирмы. Была предложена схема LCAG (по начальным буквам фамилий авторов), которая основана на последовательности шагов, приводящих к выбору стратегии.

Расшифровка SWOT Визуально

	Положительное влияние	**Отрицательное влияние**
Внутренняя среда	**Strengths (свойства проекта или коллектива, дающие преимущества перед другими в отрасли)**	**W**eaknesses (свойства, ослабляющие проект)
Внешняя среда	**Opportunities (внешние вероятные факторы, дающие дополнительные возможности по достижению цели)**	**T**hreats (внешние вероятные факторы, которые могут осложнить достижение цели)

Преимущества и недостатки

- **Это универсальный метод, который применим в самых разнообразных сферах экономики и управления. Его можно адаптировать к объекту исследования любого уровня (продукт, предприятие, регион, страна и пр.).**
- **Это гибкий метод со свободным выбором анализируемых элементов в зависимости от поставленных целей (например, можно анализировать город только с точки зрения туризма или только с точки зрения работы транспорта и т.д.).**
- **Может использоваться как для оперативной оценки, так и для стратегического планирования на длительный период.**
- **Использование метода, как правило, не требует специальных знаний и наличия узкопрофильного образования.**

- SWOT-анализ показывает только общие факторы. Конкретные мероприятия для достижения поставленных целей надо разрабатывать отдельно.
- Зачастую при SWOT-анализе происходит лишь перечисление факторов без выявления основных и второстепенных, без детального анализа взаимосвязей между ними.
- Анализ даёт в большей степени статичную картинку, чем видение развития в динамике.
- Результаты SWOT-анализа, как правило, представлены в виде качественного описания, в то время как для оценки ситуации часто требуются количественные параметры.

Существуют следующие виды SWOT анализа:

- **SWOT анализ деятельности фирмы или производственного предприятия**
- **SWOT анализ деятельности государственной или некоммерческой организации**
- **SWOT анализ деятельности образовательного учреждения**
- **SWOT анализ определенной территории: страны, региона, района или города**
- **SWOT анализ отдельного проекта, отдела**
- **SWOT анализ определенного рынка или отрасли**
- **SWOT анализ конкурентоспособности бренда, товара, продукта или услуги**
- **SWOT анализ личности**

Сильные стороны	Возможности
- высокое качество обслуживания потребителей - высокое качество продукта - использование высокотехнологического оборудования - высокая квалификация руководства - высокая система продвижения продукции - узнаваемость марки	- Развитие сети розничной торговли - Завоевание новых сегментов рынка - Расширение ассортимента

SWOT Анализ на примере SAMSUNG

Сильные стороны: компания Samsung является сейчас одним из лидеров по производству высокотехнологического оборудования. Продукция компании очень популярна и обладает хорошим качеством. Высокое качество обслуживания и хорошая система продвижения помогают компании продвигать на рынок и охватывать его новые сегменты.

Слабые стороны: сеть розничной торговли не достаточно развита, очень мало специализированных магазинов исключительно с продукцией компании. Значительно высокие цены на некоторые виды продуктов делают их недоступными для большего числа потребителей.

Возможности: на данный момент у компании хороший потенциал и значительно большой капитал, которые сделают продукт наиболее доступным для потребителей. А расширение ассортимента и завоевание новых сегментов рынка помогут ей значительно увеличить свои прибыли.

SWOT Анализ на примере SAMSUNG

Заключение

Заключение

Рассматривая проблему внешнего и внутреннего воздействия различных факторов на развитие компании, мы ознакомились с методом SWOT-анализа, одним из самых распространенных для оценки влияния факторов на развитие компании. В ходе работы нами была изучена процедура проведения SWOT-анализа, его виды, основные недостатки и наоборот сильные стороны. Самой главной задачей рассмотренного нами метода анализа является разделение всех факторов на категории.
При написании к работы мы изучили литературу включающую в себя статьи и учебники(просто не знаю чем являются твои книги из списка литературы) по стратегическому менеджменту и стратегическому управлению, описаны теоретические аспекты и ключевые понятия анализа.
В ходе проведенного нами исследования и анализа компании «Samsung», мы определили ее сильные и слабые стороны. В данный момент у компании достаточно высокие возможности и хороший потенциал, что позволяет получать хорошую прибыль и оставаться конкурентоспособной компанией.