

# Тема SWOT-анализ

# Вопросы

1. Содержание, цель и задачи SWOT-анализа
2. Основные правила проведения SWOT-анализа .

## 2. Основные правила проведения SWOT-анализа

SWOT-анализ позволяет выявить и структурировать сильные и слабые стороны организации, а также потенциальные возможности и угрозы за счет сравнения внутренних сил и слабостей своей организации с возможностями, которые дает им рынок, и угрозами. Полученные результаты позволяют сделать вывод о том, в каком направлении организация должна развивать свой бизнес.

Свое наименование SWOT-анализ получил по первым буквам английских слов, характеризующих содержание и направление этого метода;

**SWOT- это аббревиатура четырех английских слов:**

**Strength (сильная сторона)** - внутренняя характеристика организации, которая выгодно отличает ее от конкурентов;

**Weakness (слабая сторона)** — внутренняя характеристика организации, которая по отношению к конкуренту выглядит слабой (неразвитой) и которую организация в сила улучшить;

**Opportunity (возможность)** - характеристика внешней среды организации (т.е. рынка), которая предоставляет всем участникам данного рынка возможность для расширения своего бизнеса;

**Threat (угроза)** — характеристика внешней среды организации (т.е. рынка), которая снижает привлекательность рынка для всех участников.

**Целью SWOT-анализа** является определение сильных и слабых сторон организации, которые рассматриваются как внутренние факторы, а также изучение внешних факторов — рыночных возможностей и угроз, для получения четкого представления основных направлений развития организации.

Результаты такого исследования позволят организации максимально использовать свои сильные стороны, попытаться преодолеть слабости, воспользоваться благоприятными возможностями и защититься от потенциальных угроз. Структура матрицы SWOT-анализа представлена на рис. 1.

|                                   |                                                                                                  |                                                                                                 |
|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <div>Внутренние<br/>факторы</div> | <div>Сильные<br/>стороны</div> <div>1 ...</div> <div>2 ...</div> <div>3 ...</div> <div>...</div> | <div>Слабые<br/>стороны</div> <div>1 ...</div> <div>2 ...</div> <div>3 ...</div> <div>...</div> |
|                                   | <div>Возможности</div> <div>1 ...</div> <div>2 ...</div> <div>3 ...</div> <div>...</div>         | <div>Угрозы</div> <div>1 ...</div> <div>2 ...</div> <div>3 ...</div> <div>...</div>             |

Рис.1 Матрица SWOT-анализа

В каждом из четырех квадрантов матрицы формулировки соответствующих факторов должны быть упорядочены по значимости, т.е. в первую очередь указывается та сторона, которую аналитики считают самой сильной или самой слабой, а также те, где имеются наибольшие возможности или угрозы.

**Задачи SWOT-анализа** состоят в следующем:

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

## SWOT-анализ проводят в четыре этапа:

- 1) сбор аналитической информации;
- 2) анализ внутренней и внешней среды, выявление сильных и слабых сторон организации;
- 3) сопоставление сильных и слабых сторон организации и факторов внешней среды;
- 4) определение основных действий, актуальных для того или иного сочетания сил, возможностей, угроз и

В процессе SWOT-анализа аналитик должен найти ответы на ряд вопросов:

- В чем сильные и слабые стороны организации (в настоящее время и прогнозируемые)?
- Какое влияние на деятельность организации оказывает внешняя среда (в настоящее время и прогнозируемое, негативное или позитивное)?
- Как организация может воспользоваться своими сильными сторонами для противостояния внешней среде?
- В какой мере слабые стороны не позволяют этого ей сделать?
- Какую оценку можно дать организации и ее бизнес-направлениям (исходя из сочетаний ее сильных и слабых сторон, а также возможностей и угроз внешней среды)?
- Какие стратегии следует внедрить и реализовать организации при сложившемся сочетании сильных и слабых сторон, возможностей и угроз, а также при

Являясь достаточно универсальным, SWOT-анализ может проводиться:

- для организации в целом по рынкам, на которых присутствует (или может присутствовать) ее продукция;
- по видам выпускаемой продукции;
- для оценки уровня сбыта и квалификации специалистов по продажам;
- для своих основных конкурентов и их товаров.

## 2. Основные правила проведения SWOT-анализа

При проведении SWOT-анализа необходимо за основу взять **следующие важные правила**, которые помогут избежать ошибочного результата:

анализ не следует поручать одному аналитику (возникает вопрос о субъективности мнения). Проведение анализа несколькими менеджерами позволит повысить объективность анализа и снизить вероятность ошибок;

все выявленные сильные и слабые стороны, возможности и угрозы должны быть основаны исключительно на аналитических данных и фактах, но не на догадках и интуиции аналитика;

излишнее увлечение формальной методикой, особенно количественным анализом, приносит ущерб качественному.;

сильные и слабые стороны могут считаться таковыми лишь в том случае, если так их воспринимают потребители. В анализ нужно включать только относящиеся к делу преимущества и слабости, которые должны определяться в свете предложений конкурентов.

Сильная сторона будет сильной только тогда, когда таковой ее видит рынок. Например, качество продукта будет силой, только если он работает лучше, чем продукт конкурентов. Наконец, преимущества и слабости должны быть проранжированы в соответствии с их важностью в мнении потребителей.

Правильно проведенный SWOT-анализ дает представление о внешней среде и деловом климате, отличительных характеристиках деятельности организации и результатах этой деятельности, позволяет сравнивать организацию и ее продукты конкурентами и их продуктами, определять степень соответствия положения организации и заявленных целей ее развития.