

24.01.2019 г.

*Тема 1.2. Организация как объект  
управления*

*Тема урока*

**«МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ  
SWOT – АНАЛИЗА»**

- Цель урока



# Цель урока:

- Изучить методику проведения анализа организации – SWOT-анализа и применить эти знания на практике

- Для чего нам необходимо знать эту тему для освоения будущей специальности



**Организация** – это группа людей, деятельность которых сознательно координируется для достижения общей цели или целей.

В менеджменте для того, чтобы  
получить ясную оценку сил  
предприятия и ситуации на рынке,  
существует **SWOT-анализ**.

**SWOT-анализ** — ЭТО  
определение сильных и  
слабых сторон  
предприятия, а также  
возможностей и угроз,  
исходящих из его  
ближайшего окружения  
(внешней среды).

**Цель SWOT-анализа — формулировка целей и задач, исходя из миссии вашего предприятия и влияния факторов внешней и внутренней среды.**





# SWOT:

- **Сильные стороны (Strengths)** — преимущества организации;
- **Слабости (Weaknesses)** — недостатки организации;
- **Возможности (Opportunities)** — факторы внешней среды, использование которых создаст преимущества организации на рынке;
- **Угрозы (Threats)** — факторы, которые могут потенциально ухудшить положение организации на рынке.

# Для проведения анализ необходимо:

- Определить основное направление развития предприятия (его миссию);
  - Взвесить силы и оценить рыночную ситуацию, чтобы понять, возможно ли двигаться в указанном направлении и, каким образом это лучше сделать (SWOT-анализ);
  - Поставить перед предприятием цели, учитывая его реальные возможности (определение стратегических целей предприятия).
- 
-

# ПОРЯДОК ПРОВЕДЕНИЯ АНАЛИЗА:

Таблица 1. Общая форма SWOT-анализа

	<b>Сильные стороны</b>	<b>Слабые стороны</b>
<b>Внутренняя среда</b>	1. ... 2. ... 3. ...	1. ... 2. ... 3. ...
	<b>Возможности</b>	<b>Угрозы</b>
<b>Внешняя среда</b>	1. ... 2. ... 3. ...	1. ... 2. ... 3. ...

- **Сильные стороны предприятия**— то, в чем оно преуспело или какая-то особенность, предоставляющая дополнительные возможности. Сила может заключаться в *имеющемся опыте, доступе к уникальным ресурсам, наличии передовой технологии и современного оборудования, высокой квалификации персонала, высоком качестве выпускаемой продукции, известности торговой марки и т.п.*

- **Слабые стороны предприятия**— это отсутствие чего-то важного для функционирования предприятия или что-то, что пока не удастся по сравнению с другими компаниями и ставит предприятие в неблагоприятное положение. В качестве примера слабых сторон можно привести слишком узкий ассортимент выпускаемых товаров, плохую репутацию компании на рынке, недостаток финансирования, низкий уровень сервиса и т.п.

- **Рыночные возможности**— это благоприятные обстоятельства, которые предприятие может использовать для получения преимущества. В качестве примера рыночных возможностей можно привести *ухудшение позиций конкурентов, резкий рост спроса, появление новых технологий производства продукции, рост уровня доходов населения и т.п.* Следует отметить, что возможностями с точки зрения SWOT-анализа являются не все возможности, которые существуют на рынке, а только те, которые можно использовать.

- **Рыночные угрозы**— события, наступление которых может оказать неблагоприятное воздействие на предприятие. Примеры рыночных угроз: *выход на рынок новых конкурентов, рост налогов, изменение вкусов покупателей, снижение рождаемости и т.п.*

# Пример матрицы SWOT

Таблица 1 SWOT анализ базовый

<b>СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ</b>	
<i>Наименование</i>	<i>Подробное описание</i>
Традиции высокого качества обслуживания	Создают устойчивое конкурентное преимущество, требующее значительное время для имитирования конкурентами
Опыт работы более 10 л	Положительный имидж компании, составляющие «надежность» и «опыт» для рекламы
...	...
<b>СЛАБЫЕ СТОРОНЫ</b>	
Демотивирующая система компенсации сотрудников	Отсутствует заинтересованность сотрудников в увеличении продаж, расширении клиентской базы
Узкий ассортимент, недостаток более дорогих товаров.	Препятствует привлечению целевой группы с низшими средними доходами, которые могут стать ведущим по прибыли сегментом.
...	...
<b>ВОЗМОЖНОСТИ</b>	
Ненасыщенность рынка	Представляет большие возможности для увеличения товарооборота, уменьшает необходимость острой конкурентной борьбы на ближайшее время
Повышение уровня жизни	Диктует необходимость введения более дорогих товаров, возможность увеличения маржи.
...	...
<b>УГРОЗЫ</b>	
Высокая подверженность изменениям	Опасность снижения рентабельности, вплоть до убыточности, в случае увеличения таможенных пошлин. Опасность перебоев с поставками в периоды введения новых
...	...



		Возможности (O)	Угрозы (T)
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Государственная поддержка банковских учреждений;</li> <li>• Государственные заказы.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Мировой финансово-экономический кризис, негативно влияющий на все отрасли экономики РФ;</li> <li>• Сокращение численности постоянных клиентов;</li> <li>• Снижение доступности кредитов;</li> <li>• Переход на on-line оценку;</li> <li>• Высокий уровень конкуренции.</li> </ul>
Сильные стороны (S)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Опыт работы на местном рынке (более 10 лет);</li> <li>• Аккредитация в 24 банках;</li> <li>• Хорошая репутация;</li> <li>• Высокая ответственность компании по отношению к получателю услуг;</li> <li>• Конкурентоспособные цены;</li> <li>• Знание отраслевой специфики.</li> </ul>	<p>SO – стратегия</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Увеличение объемов продаж за счет активного участия в тендерах на выполнение государственных заказов;</li> <li>2. Увеличение доли рынка за счет конкурентных преимуществ (имидж репутация организации и аккредитация);</li> </ol>	<p>ST – стратегия</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Увеличение объемов продаж за счет оценки с целью взыскания задолженности;</li> <li>2. Создание актуального портфеля услуг, его постоянное совершенствование и активное развитие новых направлений деятельности в условиях постоянно изменяющейся рыночной среды.</li> </ol>
Слабые стороны (W)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Низкий уровень маркетинга;</li> <li>• Недостаточное количество высококвалифицированного персонала;</li> </ul>	<p>WO – стратегия</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Активное участие в мероприятиях по размещению государственных заказов на оценку;</li> <li>2. Привлечение высококвалифицированного</li> </ol>	<p>WT – стратегия</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Создание условий труда для удержания перспективных работников;</li> <li>2. Жесткий контроль качества оказываемых услуг.</li> </ol>

*При построении расширенной SWOT-матрицы необходимо рассмотреть каждую пару сил и возможностей, сил и угроз; а также каждую пару слабостей и возможностей, слабостей и угроз.*

**Их сопоставление и даст возможность сформулировать стратегические задачи.**

# Домашнее задание

- 1. Конспект в тетрадях по теме урока.**
- 2. Подготовка к практической работе**