



Шведский
институт
менеджмента
www.ifl-russia.ru

SWOT-матрица



SWOT

- метод анализа в стратегическом менеджменте, заключающийся в разделении факторов и явлений на четыре категории:

- *Strengths* (сильные стороны)
- *Weaknesses* (слабые стороны)
- *Opportunities* (возможности)
- *Threats* (угрозы)

SWOT-матрица



Шведский
институт
менеджмента
www.ifl-russia.ru

	Возможности О	Угрозы Т
	1. 2. 3. 4.	1. 2. 3. 4.
Сильные стороны S		
1. 2. 3. 4.	Поле SO	Поле ST
Слабые стороны W		
1. 2. 3. 4.	Поле WO	Поле WT



Поле SO (сила и возможности)

- разрабатываются стратегические действия по использованию сильных сторон фирмы, чтобы получить отдачу от возможностей, появляющихся во внешней среде.

Поле WO (слабость и возможности)

- стратегические действия разрабатываются таким образом, чтобы за счет появившихся возможностей попытаться преодолеть слабости фирмы.

Поле ST (сила и угрозы)

- стратегические действия предусматривают использование сил организации для устранения угроз.

Поле WT (слабость и угрозы)

- предусматриваются такие стратегические действия, которые позволили бы фирме избавиться от слабости или попытаться предотвратить нависшую над ней угрозу.



Силы (strengths)

- это основные внутренние преимущества, которые действуют на пользу менеджеру и на которые он должен рассчитывать.

Слабости (weaknesses)

- это внутренние помехи, которые будут препятствовать производительности и которые необходимо преодолеть.

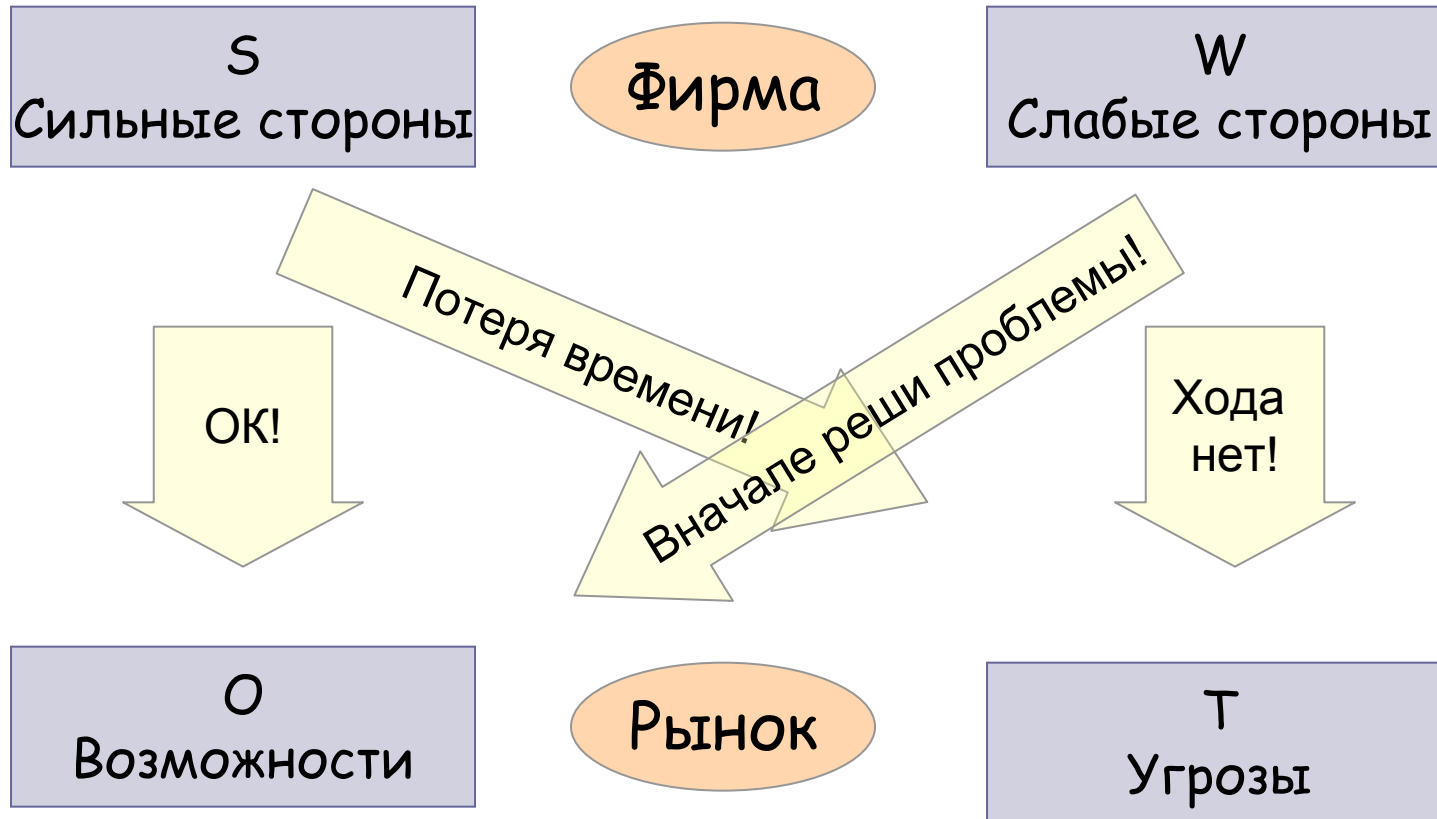
Возможности (opportunities)

- это основные внешние преимущества в будущем, которые руководитель должен использовать с максимальной пользой.

Угрозы (threats)

- это основные внешние события или перемены в будущем, которые могут оказать серьезное влияние на действия руководителя.

Стратегическое значение SWOT-анализа





SWOT-анализ

- обобщает результаты анализа внешней и внутренней среды
- обобщает на основе анализа внешней среды возможности и угрозы фирмы
- обобщает на основе анализа внутренней среды сильные и слабые стороны фирмы
- позволяет разработать программу стратегических действий при помощи SWOT-матрицы
- создает базу для разработки стратегии развития фирмы

Сильные стороны

- компетентность руководства
- наличие финансовых ресурсов
- хорошая квалификация работников
- сильный бренд
- лидер рынка
- защищенность от сильного конкурентного давления
- технологическое превосходство
- преимущества в области издержек
- наличие инновационных продуктов
- сильный менеджмент
- лучшие производственные возможности
- привлечение внешних инвесторов



Слабые стороны

- нет ясных стратегических направлений
- ухудшающаяся конкурентная позиция
- устаревшее оборудование
- низкая рентабельность
- недостаток управленческого опыта
- недостаток компетенций
- наличие узких мест
- отставание в области инноваций
- слабое представление о рынке
- неудовлетворительная организация маркетинга
- неспособность финансировать необходимые изменения в стратегии
- слабая сбытовая сеть
- узкий ассортимент продукции



Возможности

- выход на новые рынки или сегменты рынка
- резервные производственные мощности
- расширение ассортимента продукции
- выпуск сопутствующих продуктов
- ослабление конкурирующих фирм
- высокие темпы роста рынка
- снижение барьеров на новых географических рынках
- вертикальная интеграция (прямая или обратная)
- появление новых технологий
- возможность привлечения внешнего капитала



Угрозы

- угроза появления новых конкурентов
- рост продаж замещающего продукта
- замедление роста рынка
- неблагоприятная политика правительства
- возрастающее конкурентное давление
- возрастание силы торга у покупателей и поставщиков
- изменение потребностей и вкуса покупателя
- неблагоприятные демографические изменения
- неблагоприятное изменение курсов иностранных валют
- высокая зависимость от снижения спроса и этапа жизненного цикла бизнеса

