
SWOT-анализ

SWOT - анализ

Вътрешна среда

S – strengths – предимства

W – weaknesses – недостатъци

Външна среда

O – opportunities – възможности

T – threats - заплахи

SWOT - анализ

Чрез определяне на фирмените предимства и недостатъци, и възможностите и заплахите на средата става възможно вземането на редица стратегически решения за развитието на фирмата.

Целта е:

- ❑ използване на предимствата и намаляване ефекта от недостатъците
- ❑ използване възможностите и избягване заплахите на средата

SWOT – анализът дава отговор на следните въпроси:

- Притежава ли фирмата *конкурентни предимства*?
- Може ли да продължи изпълнението на вече избраните стратегически алтернативи или се налагат корекции?
- Как вътрешните недостатъци могат да се трансформират в предимства, а заплахите на външната среда във възможности?

SWOT - анализ

Предимства

- Специфични характеристики на фирмата, на основата на които тя демонстрира по-добри възможности за развитие спрямо средните нива за отрасъла или основните конкуренти

Недостатъци

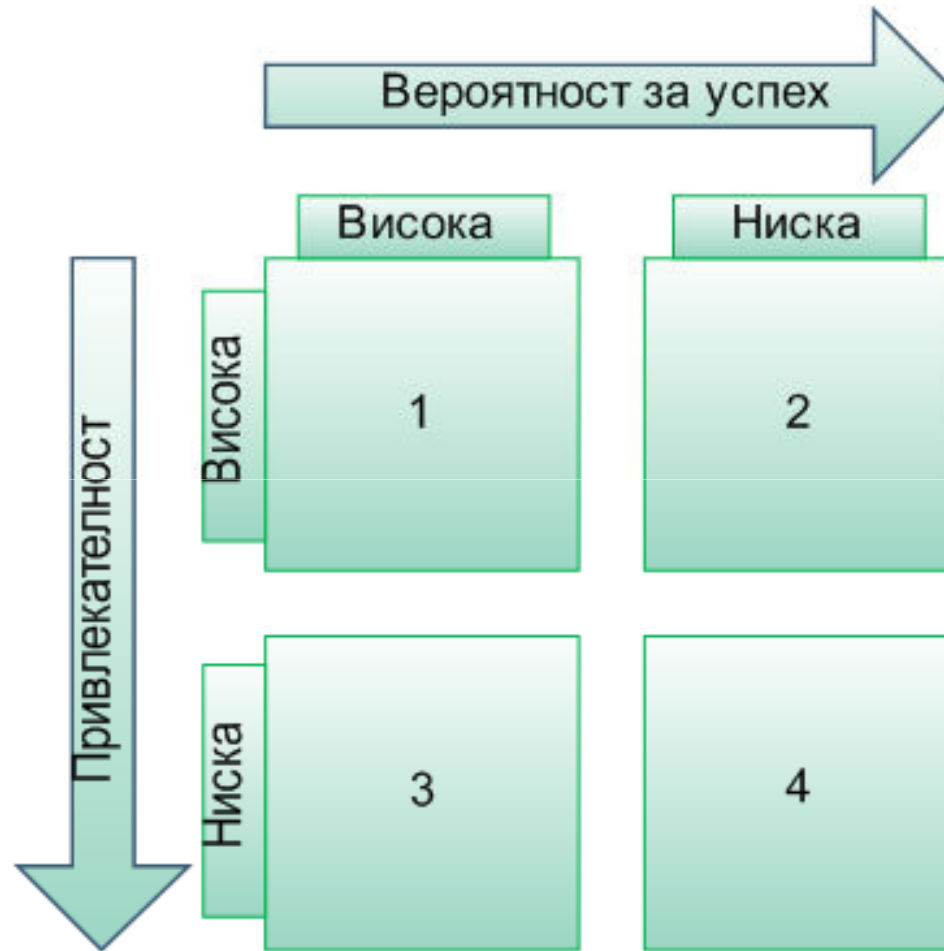
- Сnižават ефективността от осъществяването на фирмените функции. Намират проява на едно или повече управленски равнища. Установяват се чрез сравнителен анализ в рамките на отрасъла.

SWOT – анализ

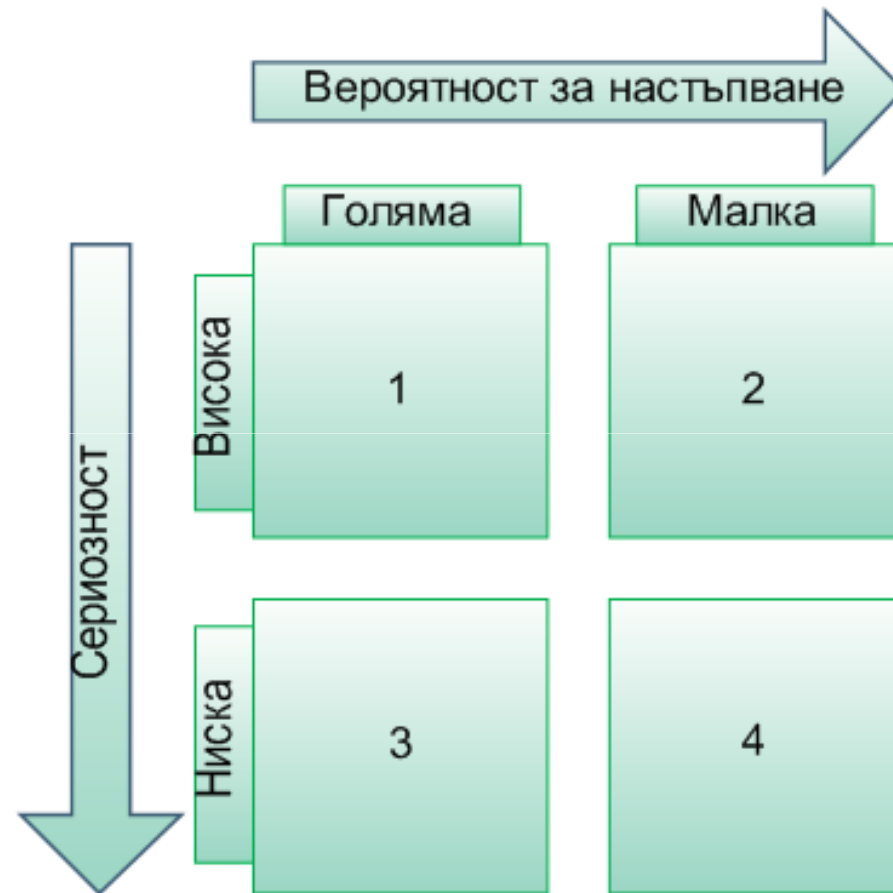
Наблюдавани фактори

<i>Потенциални вътрешни предимства</i>	<i>Потенциални вътрешни недостатъци</i>
Технологични компетенции Адекватни финансови ресурси Висок пазарен дял Икономии от мащаба Ценови предимства Добри комуникационни кампании Умения за продуктово иновирание Ефект от кривата на опита Система за управление на ресурсите Интелектуален капитал Други?	Липса на ясна стратегическа рамка Технологии с изчерпан потенциал Ниска квалификация и опит на персонала Ограничен продуктов асортимент Липса на вътрешен синергизъм Неефективна дистрибуторска мрежа Липса на финансов ресурс Липса на новаторски потенциал Ниско качество Неадекватна система за контрол Други?
<i>Потенциални външни възможности</i>	<i>Потенциални външни заплахи</i>
Нарастващ пазар Ниски търговски бариери Възможности за диверсификация Вертикална интеграция Липса на агресивност между конкуренти Данъчни облекчения Технологични възможности на отрасъла Лоби в “коридорите” на властта Стабилност на финансовата система Развита институционална инфраструктура Други?	Засилване на конкурентното присъствие Промяна на потребителските вкусове Неблагоприятни демографски тенденции Политическа нестабилност Икономически кризи Нестабилно законодателство Нисък стандарт на живот Тромава бюрократична система Липса на държавни приоритети Нисък пазарен ръст Други?

Матрица на възможностите



Матрица на заплахите



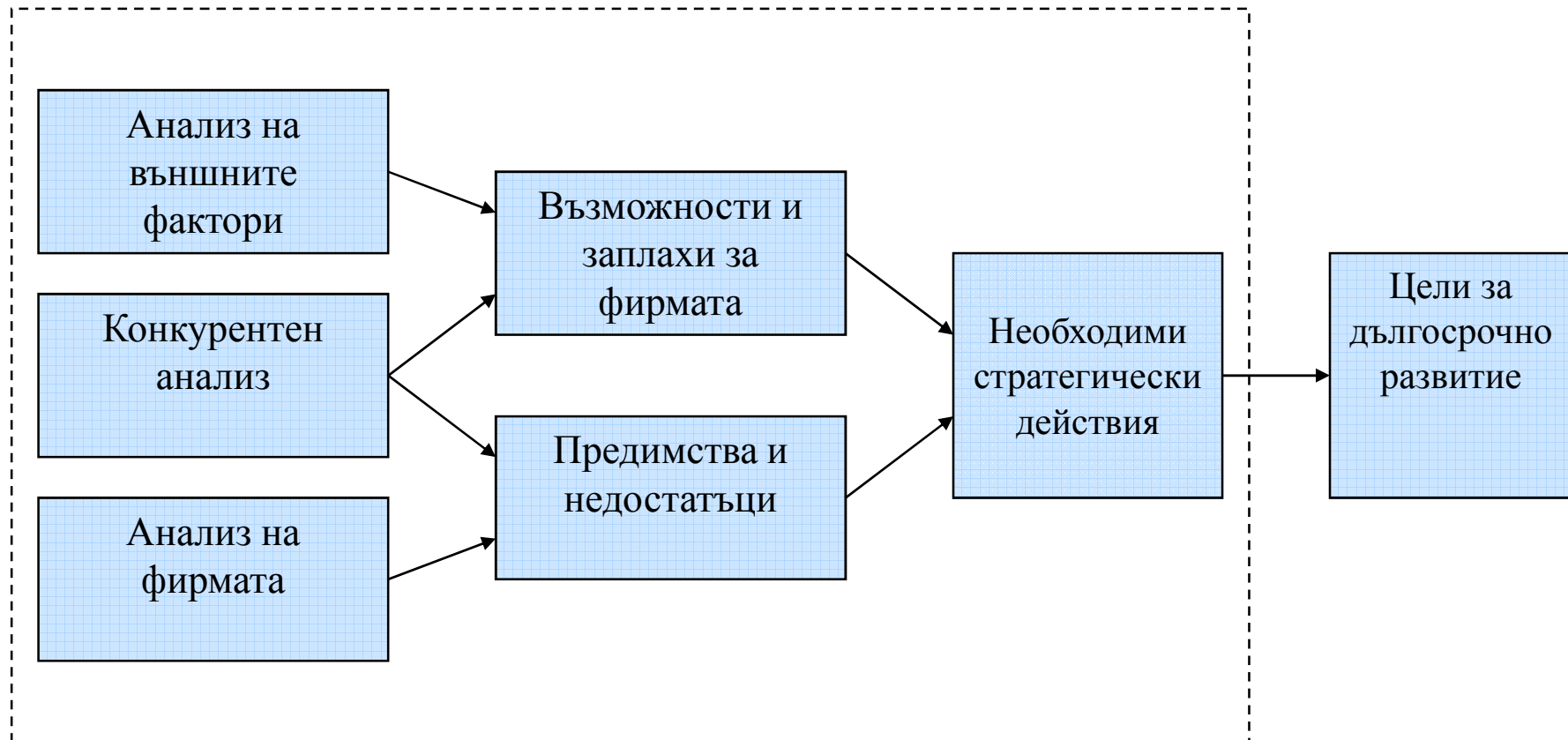
SWOT – анализ

Етапи на работа

Етап 1	Етап 2	Етап 3	Етап 4
<i>Анализ на средата</i>	<i>Анализ на конкурентите</i>	<i>Анализ фирмата</i>	<i>SWOT - анализ</i>
<i>Насоки за анализ:</i> 1. Политически 2. Икономически 3. Социални 4. Технологични	<i>Насоки за анализ:</i> 1. Отраслова структура 2. Основни конкуренти	<i>Насоки за анализ:</i> 1. Финансово състояние 2. Пазарни позиции 3. Маркетинг 4. НИРД 5. Човешки ресурси	<i>Насоки за анализ:</i> 1. Предимства 2. Недостатъци 3. Възможности 4. Заплахи
<i>Процедура:</i> 1. Определяне на ключовите фактори с най-силно влияние върху фирмата 2. Наблюдение и информационно осигуряване 3. Прогнозиране влиянието на избраните фактори 4. Идентифициране на възможностите и заплахите на средата	<i>Процедура:</i> 1. Анализ на конкурентната среда 2. Идентифициране и анализ на основните конкуренти 3. Дефиниране на основните силни и слаби страни на фирмата на основата на бенчмаркинг 4. Определяне на действията и потенциала за конкурентно развитие	<i>Процедура:</i> 1. Анализ на конкретните области 2. Идентифициране на вътрешните предимства и недостатъци	<i>Процедура:</i> 1. Оценка атрактивността на фирмените позиции 2. Определяне на стратегически алтернативи за бъдещо развитие

SWOT – анализ

Място в процеса на стратегическо позициониране



Вземане на стратегически решения

<div style="text-align: center;">Вътрешна среда</div> <div style="text-align: center;">Външна среда</div>	Предимства	Недостатъци
Възможности	<p>① Стратегия “Maxi-Maxi” Най-изгодната ситуация, при която благоприятните възможности на външната среда съвпадат със силните страни на фирмата. Възможност за прилагане на стратегия за интензивен, интегриран или диверсифициран растеж.</p>	<p>② Стратегия “Mini-Maxi” Фирмата не може да се възползва от съществуващите благоприятни възможности на средата поради вътрешнофирмени слабости. Необходими са действия за преодоляване на констатираните слаби страни.</p>
Заплахи	<p>③ Стратегия “Maxi-Mini” Ситуация, при която външна заплаха води до обезсмисляне на установено вътрешнофирмено предимство. Подходяща е стратегия за диверсификация, интеграция или създаване на съвместно предприятие.</p>	<p>④ Стратегия “Mini-Mini” Ситуация, при която слабите страни на фирмата се подсилват от неблагоприятното влияние на фактори на външната среда. Подходяща е стратегия на оцеляване или ликвидация на съответния бизнес.</p>