

## Практическая работа

**Цель работы.** Получить навыки оценки слабых и сильных сторон, а также возможностей и угроз *развития отрасли* с применением SWOT анализа.



### **Теоретическая справка: «Сущность и основные элементы SWOT анализа»**

Кратко о методе можно сказать следующее:

- Технология SWOT анализа широко используется в стратегическом управлении и менеджменте, так как является одновременно простым и качественным инструментом для оценки конкурентоспособности компании на рынке.
- Особенностью метода является то, что начиная с 1980-х годов SWOT анализ активно применяется для разработки стратегических решений и не утратил своей актуальности за все время существования в инструментарии менеджеров.
- Для чего необходим SWOT анализ? Целью метода является изучение текущего положения компании на рынке и правильное структурирование информации для разработки маркетинговой стратегии предприятия.
- Расшифровка SWOT: S= Strengths, сильные стороны товара; W=Weaknesses, слабые стороны товара; O=Opportunities, возможности компании; T=Threats, угрозы компании.
- Более подробно с теоретическими основами SWOT анализа продукта вы можете ознакомиться в статье: «Основы ситуационного анализа SWOT».

## Подготовка к проведению SWOT анализа.

- Помните, что метод свот анализа является лишь удобным инструментом для систематизации имеющейся информации.
- **Выберите одну из наиболее конкурентных отраслей промышленности (воспользуйтесь ссылкой: [ru.wikipedia.org/wiki/Промышленность](http://ru.wikipedia.org/wiki/Промышленность)), сообщите свой выбор преподавателю. Допускается проведение работы коллективами не более 3-х человек из одной группы.**
- Используя открытые источники, в том числе ресурсы интернет проведите анализ отрасли, важное внимание уделите исследованию потребителей и определению ключевых характеристик товара. От того, кто является целевой аудиторией, какие критерии качества предъявляет потребитель отрасли к продукту зависит более 70% выводов свот анализа.
- Используя файл в excel, проведите конкурентный анализ, учитывая зарубежных конкурентов и определите ключевых конкурентов. От того, кто является Вашим конкурентом будет зависеть определение сильных и слабых сторон товара.

Шаг первый: определите сильные и слабые стороны продукта

Первым шагом в проведении SWOT анализа является определение сильных и слабых сторон товара или услуги. Для этого составьте сравнительный анализ внутренних ресурсов компании или товара с ключевыми конкурентами:

- Те параметры, которые оказались лучше, чем у конкурентов — сильные стороны Вашего продукта.
- Параметры, которые оказались хуже, чем у конкурентов — слабые стороны Вашего продукта

Таб.1 Пример анализа сильных и слабых сторон

Ключевые факторы успеха компании, товара или услуги на рынке	Лучше, чем у конкурентов - сильная сторона	Хуже, чем у конкурентов - слабая сторона
Фактор 1	✓	
Фактор 2		✓
И т.д.	✓	

Сильные стороны (S= Strengths)- такие внутренние характеристики компании, которые обеспечивают конкурентное преимущество на рынке или более выгодное положение в сравнении с конкурентами.

Слабые стороны (W=Weaknesses) или недостатки товара или услуги — такие внутренние характеристики компании, которые затрудняют рост бизнеса, мешают товару лидировать на рынке, являются неконкурентоспособными на рынке.

Комментарии автора: в результате сравнительного анализа может получиться множество факторов, среди которых можно очень легко запутаться:

Расставьте приоритеты по уровню влияния факторов на объем продаж и прибыль компании.

Оставьте по 6-8 ключевых факторов.

Остальные могут пригодиться в будущем – возьмите их на заметку.

Шаг второй: определите угрозы и возможности для роста бизнеса

Вторым шагом SWOT анализа является определение возможностей и угроз для роста бизнеса в будущем. Для этого проводится анализ внешних факторов окружающей среды, оценивается уровень влияния каждого фактора на продажи компании, вероятность возникновения.

Возможности компании (O=Opportunities) – факторы внешней среды, которые позволят компании увеличить объем продаж или нарастить прибыль.

Угрозы компании (T=Threats) – факторы внешней среды, которые могут снизить объем продаж или уровень прибыли компании в будущем.

Воспользуйтесь нашей методикой определения угроз и возможностей. Она содержит необходимые подсказки о том, в каких областях необходимо искать угрозы и какие виды возможностей существуют.

Шаг третий: составление таблицы SWOT анализа

Таблица SWOT анализа помогает структурировать всю полученную информацию. Таблица состоит из четырех квадрантов, в квадрантах последовательно перечисляются сильные стороны, слабые стороны,

возможности и угрозы. Все найденные факторы вносятся в ячейки таблицы в порядке важности (от самого важного к наименее важному). Важность фактора определяется по его вкладу в объем продаж и прибыль компании.

Запишите все элементы в таблицу SWOT анализа:

<b>Сильные стороны</b>	<b>Слабые стороны</b>
<b>Возможности</b>	<b>Угрозы</b>

Рис.1 Таблица SWOT анализа

Проверьте, действительно ли найденные сильные стороны товара повышают прибыль и конкурентоспособность продукта компании:

Описание сильных сторон	Каким образом сильные стороны повышают удовлетворенность покупателя товаром или прибыльность бизнеса?	Каким образом сильные стороны влияют на отличие товара от конкурентов?
Сильная сторона №1		
Сильная сторона №2		
....		

Таб.2 Проверка сильных сторон

Проверьте, действительно ли найденные слабые стороны товара снижают прибыль и конкурентоспособность продукта компании:

Описание слабых сторон	Каким образом слабые стороны снижают удовлетворенность покупателя товаром или прибыльность бизнеса?	Каким образом слабые стороны влияют на отличие компании от конкурентов?
Слабая сторона №1		
Слабая сторона №2		
....		

Таб.3 Проверка слабых сторон

Проверьте, действительно ли найденные возможности способны повысить удовлетворенность клиентов и прибыль компании:

Описание возможностей	Каким образом возможности могут повысить удовлетворенность покупателя товаром, повысить прибыльность бизнеса?	Возможные срок реализации возможности
Возможность №1		
Возможность №2		
....		

Таб.4 Проверка возможностей

Проверьте, действительно ли выявленные угрозы могут снизить прибыль компании и удовлетворенность продуктом в ближайшие 5 лет:

Описание угроз	Каким образом угрозы могут снизить удовлетворенность покупателя товаром, снизить прибыльность бизнеса?	Возможный срок возникновения угрозы
Угроза №1		
Угроза №2		
....		

Таб.5 Проверка угроз

Теперь, когда вы заполнили таблицу свот анализа и проверили реалистичность всех факторов в таблице, можно переходить к написанию выводов к проведенному SWOT анализу.

#### **Шаг четвертый: подготовка выводов**

Ниже перечислены основные вопросы, на которые необходимо ответить после составления SWOT анализа и направления дальнейших работ будут очевидны:

Выявите или разработайте основное конкурентное преимущество товара на основе сильных сторон

Опишите способы развития возможностей компании за счет сильных сторон продукта

Опишите, каким образом можно преобразовать слабые стороны в сильные, а угрозы в возможности для роста?

Если такие преобразования невозможны, как компания может избежать слабых сторон и угроз, а также минимизировать их влияние на бизнес компании.

Каким образом выявленные преимущества сделать очевидными для потребителя?

Каким образом слабые стороны скрыть от потребителя?

Каким образом в короткий срок реализовать возможности и нейтрализовать угрозы?

#### **Шаг пятый: красивая презентация результатов**

Завершающий этап SWOT анализа – составление красивой, подробной и содержательной презентации проделанной работы.