

## SWOT-аналіз. Основні поняття

У сучасних умовах розвитку ринку, компаніям, що укоренилися в ньому, і тим, що тільки виходять на ринок, доводиться усе складніше. Їх проблеми пов'язані з високим рівнем жорсткої конкуренції, надлишком подібних товарів і послуг, перенасиченням рекламних і інформаційних потоків, зростаючими вимогами споживачів до якості продукції, з постійними змінами кон'юнктури й місткості ринку, а також інноваціями, що прагнуть завоювати все більші частки. Тому, для успішного виживання і функціонування компанії, підвищення якості і конкурентоспроможності її продукції, треба вміти передбачати труднощі, з якими вона може зіткнутися у майбутньому, і нові можливості, які можуть відкритися для неї. Тобто компаніям необхідно визначати пріоритетні напрямки розвитку, розробляти бізнес-плани, пристосовуватися до змін зовнішнього середовища, використовувати нові технології організації управлінських процесів, змінювати стратегії діяльності, а отже, - здійснювати стратегічне управління.

Одним з основних інструментів стратегічного управління, що оцінюють в комплексі внутрішні і зовнішні чинники, які впливають на розвиток компанії є SWOT-аналіз.

SWOT – початкові літери слів Strengths (Сильні сторони), Weaknesses (Слабкі сторони), Opportunities (Можливості), Threats (Загрози). В 1963 році в Гарварді на конференції з проблем бізнес-політики професор К.Ендрюс вперше публічно озвучив акронім SWOT. Цей акронім був представлений візуально у вигляді матриці SWOT. Спочатку SWOT-аналіз був заснований на озвучуванні і структуризації знань про поточну ситуацію і тенденції, пізніше - став використовуватися в ширшому значенні - для конструювання стратегій. Тобто, з появою SWOT-моделі аналітики отримали інструмент для своєї інтелектуальної праці.

SWOT-аналіз - це процес встановлення зв'язків між найхарактернішими для підприємства можливостями, загрозами, сильними сторонами (перевагами), слабкостями, результати якого в подальшому можуть бути використані для формулювання і вибору стратегій підприємства. Він проводиться з метою дослідження підприємства як господарюючої системи у певному ринковому середовищі. SWOT-аналіз — це своєрідний інструмент; він не містить остаточної інформації для прийняття управлінських рішень, але дає змогу впорядкувати процес обмірковування всієї наявної інформації з використанням власних думок та оцінок. SWOT-аналіз дає змогу формувати загальний перелік стратегій підприємства з урахуванням їхніх особливостей — адаптації до середовища або формування впливу на нього. Широке застосування та розвиток SWOT-аналізу пояснюються тим, що стратегічне управління пов'язане з великими обсягами інформації, яку потрібно збирати, обробляти, аналізувати, використовувати, а відтак виникає потреба пошуку, розробки та застосування методів організації такої роботи.

Зазвичай **SWOT-аналіз** починають з **виявлення сильних і слабких сторін**. Важливо враховувати, що при їх визначенні необхідно керуватись думкою СПОЖИВАЧА – тобто абітурієнта, випускника, батьків, роботодавців. Наприклад:

- Репутація навчального закладу
- Якість освітніх послуг
- Якість обслуговування
- Місце і статус в структурі освіти
- Вартість послуг
- Логістика
- Ефективність випускників
- Якість роботи викладацького та допоміжного складу
- Географія
- Впровадження в освітній процес інновацій та технологій
- Фінансова стабільність
- Технічне оснащення
- Виконавча дисципліна
- Швидкість реакції на події
- Асортимент пропозицій
- Ресурси
- Обізнаність у потребах потенційних споживачів

**Можливості і загрози** – показники зовнішнього середовища, які не залежать від навчального закладу.

- Економічна ситуація в країні
- Демографічна ситуація
- Політична ситуація
- Аналіз конкурентного середовища
- Законодавство
- Соціальні питання

Метою SWOT-аналізу є узагальнення ситуації в навчальному закладі та ринку освітніх послуг, визначення шансів та загроз його існування через виявлення сильних і слабких сторін як даного навчального закладу так і конкурентів. Для реалізації аналізу потрібно розв'язати наступні завдання:

- визначити сильні та слабкі сторони внутрішнього середовища, можливості та загрози зовнішнього середовища;
- обґрунтувати отримані чинники;
- визначити рекомендовану стратегію.

<b>SWOT-аналіз</b>		<b>Сильні сторони</b>										<b>Слабкі сторони</b>									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<b>Можливості</b>	1	<b>Використати можливості &amp; Розширювати сильні сторони</b>										<b>Використати можливості &amp; Зменшувати слабкі сторони</b>									
	2																				
	3																				
	4																				
	5																				
	6																				
	7																				
	8																				
	9																				
	10																				
<b>Загрози</b>	1	<b>Використати сильні сторони &amp; Зменшувати загрози</b>										<b>Зменшувати слабкі сторони &amp; Уникати загрози</b>									
	2																				
	3																				
	4																				
	5																				
	6																				
	7																				
	8																				
	9																				
	10																				