# 

# ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАНЯТИЕ № 1.

# Анализ внешней и внутренней среды предприятия питания (SWOT-анализ). Построение матрицы

Для того чтобы получить ясную оценку сил вашего предприятия и ситуации на рынке, существует SWOT-анализ.

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

Сильные стороны (Strengths) — преимущества вашей организации;

Слабости (Weaknesses) — недостатки вашей организации;

Возможности (Opportunities) — факторы внешней среды, использование которых создаст преимущества Вашей организации на рынке;

Угрозы (Threats) — факторы, которые могут потенциально ухудшить положение вашей организации на рынке.

Применение SWOT-анализа позволит систематизировать всю имеющуюся информацию и, видя ясную картину «поля боя», принимать взвешенные решения, касающиеся развития вашего бизнеса.

Итак, после проведения SWOT-анализа можно четко представлять себе преимущества и недостатки своего предприятия, а также ситуацию на рынке. Это позволит выбрать оптимальный путь развития, избежать опасностей и максимально эффективно использовать имеющиеся в вашем распоряжении ресурсы, попутно пользуясь предоставленными рынком возможностями.

В целом, проведение SWOT-анализа сводится к заполнению матрицы. В соответствующие ячейки матрицы необходимо занести сильные и слабые стороны предприятия, а также рыночные возможности и угрозы.

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

Слабые стороны вашего предприятия — это отсутствие чего-то важного для функционирования предприятия или то, что вам пока не удается по сравнению с другими компаниями и ставит вас 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 ваше предприятие может использовать для получения преимущества. В качестве примера рыночных возможностей можно привести ухудшение позиций ваших конкурентов, резкий рост спроса, появление новых технологий производства вашей 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 может использовать ваше предприятие.

Рыночные угрозы — события, наступление которых может оказать неблагоприятное воздействие на ваше предприятие. Примеры рыночных угроз: выход на рынок новых конкурентов, рост налогов, изменение вкусов покупателей, снижение рождаемости и т.п.[[1]](#footnote-1)

*Таблица 1*

**Характерные черты SWOT-анализа исследуемого предприятия общественного питания**

|  |  |
| --- | --- |
| СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ (S):  - приемлемые цены  - удобное месторасположение для студентов  - хороший уровень обслуживания | СЛАБЫЕ СТОРОНЫ (W):  - качество продукции  - часы работы заведения  - малая вместимость |
| ВОЗМОЖНОСТИ (О):  - усовершенствование качества продукции  - изменение времени работы для удобства студентов  -подбор более квалифицированного персонала | УГРОЗЫ (Т):  - рост уровня инфляции  - нестабильная экономическая ситуация в стране  - повышение цен  - конкуренты |

|  |
| --- |
|  |

*Таблица 2*

**Матрица SWOT-анализа**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Критерии | Возможности  (Opportunities) | Угрозы  (Threats) |
| Сильные стороны (Strengths) | S-O: Благодаря реализации возможностей позволит получить такие преимущества как высокое качество предлагаемой продукции, что приведет к более высокой прибыли, также к повышению посещаемости потребителей. | S-T: В данном случае угрозы больше зависят от внешних экономических факторов. При росте инфляции – увеличатся цены, а это оказывает плохое влияние на потребителей. Но хороший уровень обслуживания позволит удержать постоянных клиентов. |
| Слабые стороны (Weaknesses) | W-O: В данном случает слабые стороны и возможности непосредственно взаимосвязаны между собой. Реализация возможностей практически полностью уменьшит число слабых сторон. | W-T: Слабые стороны по большей части не препятствуют избеганию угроз. Усовершенствование качества продукции позволит повысить количество потребителей. |

Список используемой литературы.

1. Завгородняя А.В., Ямпольская Д. О. Маркетинговое планирование. — СПб: Питер. 2002. — 352с.

1. Завгородняя А.В., Ямпольская Д. О. Маркетинговое планирование. — СПб: Питер. 2002. — 352с. [↑](#footnote-ref-1)