



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost



INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Jméno autora: Ing. Juraszková Marcela

Datum vytvoření: 20. 6. 2012

Ročník: III.

Vzdělávací oblast: Obchodní provoz

Vzdělávací obor: Obchodník

Tematický okruh: Marketing a management

Téma: SWOT analýza

Číslo DUMu: VY_32_INOVACE_10_MM_02

Metodický list/anotace: Vysvětlení významu a principu SWOT analýzy pro firmu. Při cvičeních žáci vypracují SWOT analýzu fiktivní firmy.

Téma lze vyučovat i v jiných oborech.

SWOT analýza

Univerzální
technika
na zhodnocení
vnitřních
a vnějších faktorů
ovlivňujících
úspěšnost firmy
nebo konkrétního
záměru (např.
nového produktu
či služby)

interní	Silné stránky STRENGTHS	Slabé stránky WEAKNESSES
externí	Příležitosti OPPORTUNITIES	Hrozby THREATS

Využití SWOT analýzy v praxi

- pro strategické řízení organizace/podniku jako celku
- pro strategické řízení produktů nebo jiných záměrů
- pro stanovení současné pozice firmy
- součást řízení rizik – nástroj k nastavení protiopatření

Podstata SWOT analýzy

- identifikovat klíčové silné a slabé stránky organizace a klíčové příležitosti a hrozby vnějšího prostředí
- hledat cesty, jak využít identifikované silné stránky a příležitosti a jak eliminovat zjištěné slabiny a hrozby

Schéma SWOT analýzy

SWOT analýza		
Vnitřní prostředí	Silné stránky (Strengths)	Slabé stránky (Weaknesses)
	<ul style="list-style-type: none">• Kvalitnější materiály• Jasná kompetence	<ul style="list-style-type: none">• Morálně zastaralé stroje• Finanční zatížení
Vnější prostředí	Příležitosti (Opportunities)	Hrozby (Threats)
	<ul style="list-style-type: none">• Změny v zákonech• Rostoucí počet zákazníků	<ul style="list-style-type: none">• Vstup silného konkurenta

Strategie plynoucí ze SWOT analýzy

SWOT analýza		Analýza vnitřního prostředí	
		Silné stránky (Strengths)	Slabé stránky (Weaknesses)
Analýza vnějšího prostředí	Příležitosti (Opportunities)	Strategie maximalizace silných stránek – maximalizovat příležitosti	Strategie minimalizace slabých stránek – maximalizovat příležitosti
	Hrozby (Threats)	Strategie maximalizace silných stránek – minimalizovat hrozby	Strategie minimalizace slabých stránek – minimalizovat hrozby

SWOT analýza

Výhody

- Jednoduchost
- Přehlednost
- Jasnost
- Stručnost
- Možnost nalézt v rámci jedné analytické tabulky souvislosti

Nevýhody

- Statické zobrazení
- Nemožnost zjištění vývojových trendů (částečně lze odstranit pravidelnou aktualizací)
- „Ukáže směr, nikoli cestu“

Otázky a úkoly

1. Zkuste sestavit SWOT analýzu naší školy. Jaká strategie je pro ní vhodná?
2. U své fiktivní firmy hledejte silné a slabé stránky, příležitosti i hrozby.

Prameny

BOUČKOVÁ, J. a kol. *Marketing*. 1. vyd. Praha : C. H. BECK, 2003. ISBN 80-7179-577-1.

FORET, M. *Marketing pro začátečníky*. Brno : Computer Press, 2008. 160 s. ISBN 978-80-251-1942-6.

HORÁKOVÁ, Helena. *Strategický marketing*. Praha : Grada Publishing, 2001. ISBN 80-7169-996-9.

KOTLER, P. *Marketing Management*. Praha : Grada Publishing, 2005. ISBN 80-7169-600-5.

SVĚTLÍK, J. *Marketing - Cesta k trhu*. Plzeň : Aleš Čeněk - vydavatelství a nakladatelství, 2005. 344 s. ISBN 80-86898-48-2.