SWOT analýza

**SWOT analýza**je metoda, pomocí níž lze velmi přehledně identifikovat **silné a slabé stránky organizace** (interní záležitosti organizace) ve vztahu k **příležitostem a hrozbám**, jejichž původcem je vnější prostředí.

Název vychází z počátečních písmen anglických slov strengths (silné stránky), weaknesses (slabé stránky), opportunities (příležitosti) a threats (hrozby), které reprezentují 4 oblasti zájmu.

Díky **SWOT analýze** dokážete komplexně vyhodnotit fungování vaší firmy, nalézt problematické oblasti či nové možnosti pro rozvoj firmy. SWOT analýza by měla být součástí **strategického řízení firmy** a proto byste ji měli vykonat a její výstupy zohlednit při každém dalším **plánování strategie organizace**.

Analýza SWOT je vlastně analýzou **vnitřního a vnějšího prostředí**.

**1 Vnitřní prostředí**

**Vnitřní prostředí**určuje silné a slabé stránky firmy. Ty jsou v přímé kompetenci firmy a je tedy možné je – na rozdíl od příležitostí a hrozeb, jejich původcem je vnější prostředí firmy – poměrně snadno změnit.

**PŘI VNITŘNÍ ANALÝZE JE TŘEBA SE ZAMĚŘIT NA**

* pozici na trhu,
* personální vybavení,
* existenci informačního systému,
* technickou a technologickou úroveň,
* financování organizace,
* oblast marketingu (všechna [4P](https://www.ipodnikatel.cz/Priprava-na-podnikani/marketingovy-mix-a-segmentace-trhu-jako-zakladni-kamen-uspesneho-podnikani.html)),
* vztah se zákazníky,
* dodavatele aj.

Své **stránky**posuzujte vzhledem ke konkurenci – to, v čem jste lepší je vaše **silná stránka**, to, v čem vás konkurence předehnala, je vaše **slabá stránka** (hlavně před těmi je velmi důležité nezavírat oči). Mimo to, jestli jde o silnou nebo slabou stránku organizace se bere v potaz také významnost a váha jednotlivých aspektů.

Cílem organizace je **maximalizace silných stránek**– vytěžit nejvíce z toho, co umí nejlépe, za současné  **eliminaci svých slabých stránek**.

**2 Vnější prostředí**

Druhou rovinou je **analýza vnějšího prostředí organizace**. Faktory vnějšího prostředí organizace leží mimo kontrolu organizace.

Cílem analýzy vnějšího prostředí organizace je určení možných **příležitostí pro rozvoj firmy** a zároveň identifikace možných **rizik, které by rozvoj firmy mohly znemožnit** nebo dokonce ohrozit stávající pozici firmy na trhu. Příležitosti i hrozby se mohou s postupem času měnit, a proto je vhodné je pravidelně sledovat. Jen důkladná znalost vnějšího prostředí organizace umožňuje rozvoj firmy.

**Hrozby a příležitosti**není samy o sobě možné minimalizovat, respektive maximalizovat, je možné pouze snížit nebo zvýšit jejich**vliv na vaši organizaci**.

Příležitosti se snaží organizace maximálně využít k tomu, aby **posílil svou pozici na trhu**. Vliv hrozeb je třeba minimalizovat, popř. se na jejich důsledky alespoň dobře připravit.

**PŘI VNĚJŠÍ ANALÝZE JE TŘEBA SE ZMĚŘIT NA**

* společenskou (sociální) situaci ve vztahu k zákazníkům,
* vlivy demografické,
* kulturní faktory,
* technické a technologické prostředí,
* ekonomické faktory,
* politické a legislativní vlivy,
* potenciální konkurenci.

**Zadání práce:**

Vyberte si ve svém okolí organizaci, kterou následně popíšete a vytvoříte SWOT analýzu dle výše zadaných parametrů.