



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale  
2014-2020

Programul Operațional Capital Uman 2014 - 2020

Axa prioritară 3: Locuri de muncă pentru toți

Obiectivul tematic 3.7: Creșterea ocupării prin susținerea întreprinderilor cu profil non-agricol din zona urbană

Titlu proiect: “**PROMotorii Firmei Tale (PROFIT) – pentru regiunea Centru**”

POCU/82/3.7/104254

## **Activitatea 6.**

### **Suștinerea antreprenoriatului în regiunea de implementare a proiectului**

#### **6.3. Studiu de analiză în domeniul antreprenoriatului, bune practici și măsuri de susținere**

### **POWER POINT SEMINARUL “IMPORTANȚA ANALIZEI SWOT PENTRU SUCCESUL AFACERII”**

**Autor:**

**HURLOIU LĂCRĂMIOARA RODICA**

***Expert bune practici în antreprenoriat***

***Septembrie, 2018***



Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman



SEMINAR  
**IMPORTANȚA ANALIZEI SWOT  
PENTRU SUCCESUL AFACERII**



Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman

Analiza SWOT presupune stabilirea calitatilor firmei dvs, defectele, oportunitatile de piata si amenintarile



Analiza SWOT ofera o radiografie a companiei la un moment dat. Astfel, analiza SWOT constituie cea mai importanta tehnica manageriala utilizata pentru intelegerea pozitiei strategice a unei companii/organizatii pentru ca:

- ofera un tablou cuprinzator ce arata valorile interne si punctele critice interne ale companiei/organizatiei (valori si puncte critice care sunt definite in raport cu obiectivele pe care trebuie sa le atinga organizatia, si anvergura lor);
- ajuta managementul sa identifice fortele externe care influenteaza, pozitiv sau negativ, succesul companiei (organizatiei) catre atingerea obiectivului propus;
- ajuta managementul sa obtina un raspuns la intrebarea: „Putem sa mergem pe calea aceasta pentru atingerea obiectivului organizatiei?”;
- ajuta sa se evidentieze rapid punctele forte si punctele de slabiciune ale companiei/organizatiei;
- ajuta la cunoasterea si intelegerea contextului larg in care functioneaza compania/organizatia.


## Realizarea unei analize SWOT

- O sesiune de analiza SWOT trebuie intotdeauna sa aiba un obiectiv clar si este responsabilitatea managerului de proiect sa comunice acel obiectiv catre cei prezenti la sesiunea de analiza. In general, o astfel de sesiune trebuie sa includa toate partile interesate, in masura in care acest lucru este posibil, si principalii membri ai echipei de proiect.
- Daca analiza are loc la inceputul unui proiect, cel mai probabil obiectivul va consta in identificarea tuturor activitatilor necesare si riscurilor potentiale, astfel incat sa poata fi conceput un plan de rezerva. Cu toate acestea, daca o astfel de analiza are loc in cadrul unui proiect aflat in plina desfasurare, obiectivul trasat poate consta in reevaluarea bugetului sau a planificarii.

Analiza SWOT este un instrument foarte util in dezvoltarea strategiei de marketing si implicit in cresterea profitabilitatii afacerii.


- **Punctele forte** ale firmei sunt caracteristici sau competente distinctive pe care aceasta le poseda la un nivel superior in comparatie cu alte firme, indeosebi concurente, ceea ce ii asigura un anumit avantaj in fata lor. Altfel prezentat, **punctele forte**, reprezinta activitati pe care firma le realizeaza mai bine decât firmele concurente, sau resurse pe care le poseda si care depasesc pe cele ale altor firme.
- **Punctele slabe** ale firmei sunt caracteristici ale acesteia care ii determina un nivel de performante inferior celor ale firmelor concurente. **Punctele slabe** reprezinta activitati pe care firma nu le realizeaza la nivelul propriu celorlalte firme concurente sau resurse de care are nevoie dar nu le poseda.

- „**Oportunitatile**” reprezinta factori de mediu externi pozitivi pentru firma, altfel spus sanse oferite de mediu, firmei, pentru a-si stabili o noua strategie sau a-si reconsidera strategia existenta in scopul exploatarii profitabile a oportunitatilor aparute. „**Oportunitati**” exista pentru fiecare firma si trebuie identificate pentru a se stabili la timp strategia necesara fructificarii lor sau pot fi create, indeosebi pe baza unor rezultate spectaculoase ale activitatilor de cercetare-dezvoltare, adica a unor inovari de anvergura care pot genera chiar noi industrii sau domenii aditionale pentru productia si comercializarea de bunuri si servicii.
- „**Amenintarile**” sunt factori de mediu externi negativi pentru firma, cu alte cuvinte situatii sau evenimente care pot afecta nefavorabil, in masura semnificativa, capacitatea firmei de a-si realiza integral obiectivele stabilite, determinând reducerea performantelor ei economico-financiare. Ca si in cazul oportunitatilor, „**amenintari**” de diverse naturi si cauze pândesc permanent firma, anticiparea sau sesizarea lor la timp permitând firmei sa-si reconsidere planurile strategice astfel încât sa le evite sau sa le minimalizeze impactul. Mai mult, atunci când o amenintare iminenta este sesizata la timp, prin masuri adecvate ea poate fi transformata in oportunitate.

- 
- Aplicarea analizei SWOT este facilitata daca se foloseste o lista de probleme care trebuie urmarite in cadrul analizei si ale caror raspunsuri sunt relevante pentru evaluarea situatiei de fapt a mediului si a firmei. Este recomandabil ca problemele urmarite in ceea ce priveste punctele forte, punctele slabe, oportunitatile si amenintarile sa aiba o anvergura necesara pentru a fi cu adevarat probleme strategice, sa aiba legatura cu planurile strategice si sa ofere indicii semnificative pentru evaluarea judiciozitatii acestora si, la nevoie, pentru reconsiderarea lor.
  - O parte din principalele probleme de urmarit in cadrul analizei SWOT sunt prezentate in continuare, ele pot fi folosite drept referinta pentru efectuarea unei analize, dar pot si este preferabil sa fie completate cu alte probleme specifice firmei in cauza.

### **Probleme de urmarit in analiza firmei:**

#### **A. Cu privire la „Punctele forte” esentiale:**

- 
- suficienta resurselor financiare disponibile;
  - existenta unei competente distinctive pe unul sau mai multe din planurile:
    - managerial;
    - organizatoric;
    - cercetare-dezvoltare;
    - calitatii produselor si/sau serviciilor;
    - pregatirii personalului,
    - costurilor;
    - comercial, etc.
  - posedarea unor brevete de inventii de produse si /sau tehnologii care confera firmei avantaj competitiv;
  - posedarea unor abilitati deosebite in materie de inovare a produselor si/sau tehnologiilor;
  - detinerea pozitiei de lider sau de vârf de piata;
  - posedarea unor abilitati comerciale deosebite;
  - existenta unei imagini favorabile despre firma;
  - posibilitatea de a practica economia de scara;
  - existenta unui sistem bine organizat si eficace de planificare strategica;
  - viteza de reactie decizionala la modificarile produse in mediul intern sau extern,
  - calitatea culturii de intreprindere

## Cu privire la „Punctele slabe” potențiale:

- inexistența unei direcții strategice clare;
- lipsa unor abilități sau competențe deosebite;
- existența unei infrastructuri neadecvate, uzate fizic sau moral;
- lipsa competenței manageriale;
- deteriorarea continuă a poziției competitive;
- erodarea imaginii firmei în percepția detinatorilor de interes;
- vulnerabilitatea la presiunile concurenței;
- reducerea ponderii pe piață;
- existența unor dezavantaje competitive (handicap tehnologic, costuri ridicate);
- menținerea unui nomenclator inadecvat de produse și/sau servicii (prea larg sau prea îngust);
- atenție precumpanitoare dată problemelor curente în detrimentul celor de perspectivă.

## Probleme de urmărit la analiza mediului:

### A. Cu privire la „Oportunități” potențiale:

- [creșterea rapidă a pieței](#) ;
- posibilități de extindere a nomenclatorului de produse și/sau servicii;
- existența cererii de noi produse și/sau servicii pe piețele existente sau pe piețe noi;
- existența cererii pe noi piețe a produselor și/sau serviciilor existente;
- posibilități de integrare verticală;
- manifestarea unei stări de stagnare sau regres la firmele concurențe;
- posibilități de încheiere a unor alianțe, acorduri etc. avantajoase;
- posibilități de încheiere a unor contracte de leasing, factoring, franchising.

## Cu privire la „Amenintari” potientiale:

- adoptarea unor reglementari legislative sau normative restrictive cu impact nefavorabil;
- intrarea intr-o perioada de recesiune economica la nivel national sau international;
- schimbari demografice nefavorabile;
- schimbari ale nevoilor, gusturilor sau preferintelor clientilor;
- crestere mai lenta, stagnare sau chiar recesiune a pietei;
- intrarea unor noi competitori pe piata;
- cererea crescânda pentru produse de substitutie;
- presiunea crescânda a concurentei;
- puterea crescânda de negociere a furnizorilor si/sau a clientilor;
- vulnerabilitate la fluctuatiile mediului de afaceri.

## Analiza SWOT

**Analiza SWOT** se poate desfasura la scara ansamblului firmei sau, pentru adâncirea investigatiei si conturarea unor concluzii mai detaliate, la cea a domeniilor functionale din cadrul firmei: marketing, vânzari si distributie, cercetare-dezvoltare, productie, financiar si personal - relatii de munca

## Analiza SWOT



Analiza SWOT are un pronunțat caracter calitativ, permițând formularea unui diagnostic asupra condiției trecute și actuale a firmei sau a domeniilor ei funcționale, pe baza răspunsurilor la problemele menționate anterior, conturându-se perspectivele de evoluție pe termen lung ale firmei și ale domeniilor respective.

## Diagnosticarea în urma utilizării analizei SWOT



**Diagnosticarea în urma utilizării analizei SWOT**, poate fi definită ca o cercetare complexă a aspectelor economice, tehnice, sociologice, juridice și manageriale ce caracterizează activitatea unei firme, prin care se identifică punctele forte, punctele slabe, oportunitățile, amenințările și cauzele care le generează și/sau le va genera, se formulează recomandări de eliminare sau diminuare a aspectelor negative și /sau de valorificare a celor pozitive.



Rolul analizei SWOT este acela de a va ajuta sa:

- Va consolidati punctele tari;
- Imbunatatiti acele aspecte care reprezinta puncte slabe;
- Exploatati oportunitatile din mediu;
- Evitati amenintarile care va pot pune in pericol profitul sau afacerea.
- Este important sa realizati analiza SWOT pe domenii separate ale afacerii pentru a nu pierde din vedere aspecte importante si pentru a avea o abordare structurata.

## Analiza SWOT

Cand construiti analiza SWOT, incercati sa utilizati mai multe surse de informatii: analiza de piata, angajati, parteneri pentru a include cat mai multe puncte de vedere.