

نگرش جامع و کاربردی بر

تحلیل

SWOT

نویسنده: ابوذر تجره



انتشارات حامینار

سرشناسی	: تجاره، ابوذر، ۱۳۵۸ -
ایران و نام پدیدآور	: نگرش جامع و کاربردی تحلیل SWOT / نویسنده: ابوذر تجاره.
مشخصات نشر	: تهران: حامینار، ۱۳۹۷.
مشخصات فیزیکی	: ۱۸ ص: مصور، جدول. ۵/۱۴ × ۵/۲۱ س م
شابک	: 978-600-99978-4
وضعیت فهرست نویسی	: جپا
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: برنامه ریزی راهبردی - ایران
موضوع	: Strategic Planning -- Iran
موضوع	: شرکتها - ایران - ارزیابی
موضوع	: Cooperation -- Iran -- Evaluation
رده بندی کنگره	: HD۳۰/۲۸/ت۲۶:ا ۱۳۹۷
رده بندی دیویی	: ۶۵۸/۴۰۱۲
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۱۸۳۱۲۷



انتشارات حامینار

نگرش جامع و کاربردی بر

تحلیل SWOT

مرکز پخش: ۰۹۲۰۳۶۹۵۵۲۰

Email: Haminarpub@gmail.com

@Haminarpub



نویسنده و مؤلف: ابهر تجاره

ناشر: انتشارات حامینار

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

نوبت چاپ: نخست

سال چاپ: ۱۳۹۷

قیمت: ۱۸۰۰۰ تومان

ISBN: 978-600-99978-2-4

کلیه حقوق برای مؤلف محفوظ است. هرگونه چاپ، تکثیر یا باز نشر این اثر بدون مجوز مؤلف و ناشر، به هر شکل، اعم از اقسط، فتوکپی و انواع دیگر چاپ، بر روی هر حامل داده‌های اعم از کاغذ، سی‌دی یا وسیله مشابه به صورت متن کامل یا خلاصه شده، تحت هر نام اعم از کتاب، جزوه یا وسیله کمک آموزشی در فضای واقعی یا مجازی و همچنین توزیع، فروش، عرضه یا ارسال اثری که بدون مجوز ناشر تولید شده، ممنوع است و پیگرد قانونی دارد.

فهرست

پیشگفتار	۹
فصل اول: فرآیند تحلیل SWOT	۱۳
مقدمه	۱۳
تحلیل SWOT	۱۵
تدوین استراتژي با ويکي تحليل SWOT	۱۸
گام نخست: شناسائي عوامل داخلي و خارجي	۲۱
فاکتورهاي ۴ گانه شرکت آبل در تحليل SWOT	۲۳
گام دو: تعيين اوزان عوامل داخلي و خارجي	۳۱
گام سه: ايجاد ماتريس ارزشيابي عوامل داخلي و خارجي	۳۱
گام چهارم: طراحي مدل تحليلي SWOT	۳۷
رويکرد استراتژي بازيابي در تحليل ماتريس SWOT	۴۶
روش کمي تحليل SWOT	۵۴
ترکيب تحليل SWOT با کارت امتيازات متوازن BSC	۵۶

فصل دوم: بررسی و تجزیه و تحلیل محیط ۵۹

مقدمه ۵۹

جمع آوری اطلاعات، روش ها و منابع ۶۲

تحلیل محیط داخلی ۶۹

تحلیل محیط خارجی ۷۵

تجزیه و تحلیل فرصت ها و تهدیدات محیطی ۷۸

فرآیند بررسی عوامل خارجی ۷۹

عوامل مؤثر خارجی ۸۰

مدل نیروهای پنج گانه ۹۵

فواید مدل پورتر ۱۰۳

فصل سوم: تحلیل SWOT شرکت پتروشیمی امیرکبیر ۱۰۵

معرفی شرکت ۱۰۵

روند اجرایی در تجزیه و تحلیل SWOT ۱۰۷

تجزیه و تحلیل ذینفعان و تعیین انتظارات آنها ۱۰۷

بررسی محیط کلان و محیط صنعت پتروشیمی امیرکبیر ۱۱۰

تحلیل محیط درون (نقاط قوت و ضعف) ۱۱۴

۱۱۶	تعیین اهداف کلان
۱۲۷	دسته بندی استراتژی ها بر اساس مدل BSC
۱۲۸	دسته بندی استراتژی ها بر اساس مدل BSC
۱۳۰	بهرست استراتژی های کلی پتروشیمی امیرکبیر
۱۳۰	اثرات استراتژی های کلی در چهار منظر روش ارزیابی متوازن (BSC)
۱۳۰	استراتژی کلی شرکت پتروشیمی امیرکبیر
۱۳۱	بیانیه های مدیران و اهداف استراتژیک شرکت
۱۳۱	مأموریت شرکت پتروشیمی امیرکبیر
۱۳۲	چشم انداز شرکت پتروشیمی امیرکبیر
۱۳۳	ارزش های شرکت پتروشیمی امیرکبیر
۱۴۷	فصل چهارم: تحلیل SWOT شرکت لبی کله
۱۴۷	معرفی شرکت
۱۴۸	بررسی محیط داخلی و محیط کلان
۱۴۳	تجزیه و تحلیل ماتریس داخلی و خارجی
۱۴۴	تدوین استراتژی به کمک SWOT
۱۴۷	تشکیل ماتریس کمی برنامه ریزی استراتژیک (QSPM)

نتیجه‌گیری و پیشنهادات.....	۱۵۲
فصل پنجم: تحلیل SWOT شرکت نخ و قرقه گیلان.....	۱۵۷
معرفی شرکت.....	۱۵۷
تدوین مأموریت.....	۱۵۸
بیانیه مأموریت.....	۱۶۰
ارزش ها.....	۱۶۱
بررسی عوامل خارجی (محیط کلان).....	۱۶۱
تجزیه و تحلیل عوامل خارجی.....	۸
تجزیه و تحلیل عوامل داخلی.....	۱۶۷
سود ناویژه مشتریان توزیع کنندگان بنگاه اقتصادی تأمین کنندگان.....	۱۶۹
ماتریس SWOT.....	۱۷۰
ماتریس داخلی و خارجی (IE).....	۱۷۳
منابع.....	۱۷۷
فهرست کتاب‌های انتشارات حامینار.....	۱۸۰

پیشگفتار

موضوع یکی از مهمترین مواردی که مدیران شرکت ها می‌بایستی به آن توجه کنند بحث در مورد تغییرات محیطی به طور همزمان و یا حتی پیش بینی تغییرات محیطی (فرصت ها) می‌باشد. که در این راستا مدیران می‌بایست پیش از هر چیز نقاط قوت و ضعف خود را شناسایی و ارزیابی نموده و در جهت فرصت ها و تهدیدهایی که در برابر ای رقابتی، از تغییر و تحولات اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی بوجود آمده اند بهره جسته تا بتوانند استراتژی‌هایی که مناسب و مطابق با نوع فرهنگ سازمانی، قوت ها و ضعف ها و فرصت‌های محیطی است را برگزیده و اجرا نمایند؛ که این بهم (شناسایی نقاط قوت و ضعف، فرصت ها و تهدیدها) باید به صورت کلی و دقیق و با هدف حفظ و ارتقای جایگاه فعلی شرکت در بین مشتریان خود انجام گیرد. در این بین استفاده از تجارب مدیران تحصیل کرده، با تجربه و متعهد سازمان می‌تواند بسیار مفید واقع شود. لذا مدیران عالی سازمان قبل از هر نوع تصمیم گیری و برنامه ریزی استراتژیک لازم است مراحل مدیریت استراتژیک را از نظر گذرانده و کمی به محتوای مراحل آن توجه و تمرکز نمایند تا بتوانند از ما حاصل تمرکز و توجه خود و بر پایه نقاط قوت و ضعف داخلی و فرصت و تهدیدهای محیطی

بهترین استراتژی را که جهت رقابت در آینده‌کده جهانی مناسب است اتخاذ نمایند.

ماتریس SWOT یک ابزار بسیار قدرتمند است، زیرا به شما کمک می‌کند تا با کمی فکر، فرصت‌هایی را کشف کنید که برای بهره‌برداری از آن‌ها در جایگاه مناسبی هستید. با فهم ضعف‌های کسب‌وکارتان، می‌توانید تهدیدها را مدیریت کنید و از پیش‌رو بردارید. در غیر این صورت، این تهدیدها هستند که ناگهان شما را در بر خواهند گرفت. اما فراتر از این، با نگاهی به خودتان و رقیب‌هایی که از ماتریس SWOT استفاده می‌کنند، می‌توانید استراتژی‌ای را طراحی کنید که کمک به شما کند. رقیبان را از رقبا متمایز کنید تا بتوانید در بازار، رقابت موفقی داشته باشید.

تحلیل SWOT در فرایند تشکیل استراتژی، جزء بسیار مهم محسوب می‌شود. تحلیل فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی اساساً برای ارزیابی این امر به کار می‌رود که بررسی کنیم آیا سازمان می‌تواند از فرصت‌ها استفاده کرده و تهدیدها را به حداقل برساند و همچنین از مزایای و تحلیل نقاط ضعف برای بررسی عملکرد داخلی شرکت‌ها (مانند روندهای کاری اثر بخش و تحقیق و توسعه) حائز اهمیت است. همچنین ما قادریم این را به تحلیل را به همراه سایر ابزارهای استراتژیک مانند QFD و امتیاز کارت متوازن BSC نیز بکار ببریم. در نتیجه تحلیل SWOT قادر است به سازمان‌ها و حتی به کشورها کمک کند وضعیت کلی خود را نسبت به سایر رقبای و در مورد کشورها نسبت به سایر کشورها مورد سنجش و ارزیابی قرار دهد.

در این کتاب سعی شده است که علاوه بر نگاه جامع به مباحث نظری و آکادمیک این روش، استفاده از آن بصورت مشهود در حوزه کاربردی و عملیاتی نیز برای هر سازمان و کسب و کاری به روشنی قابل دریافت و پیاده سازی باشد. در این کتاب مجموعه از کارکردهای عملیاتی و تحقیقات انجام شده در سه شرکت تولیدی در سطوح مختلف برای هر چه کاربردی تر و ملموس تر کردن تجزیه و تحلیل با استفاده از این روش گنجانده شده است. لذا امید است که این کتاب بتواند اهداف نظری و کاربردی که نگارنده برای آن پیش بینی کرده است را به خوبی نمایان سازد و مورد استفاده فعالان حوزه مختلف سازمان ها از مدیران، منابع انسانی، بازرگانی، بازاریابی، استراتژیست ها و مدیران سطوح مختلف سازمان قرار گیرد.

ابوذر تجاره