|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **İÇ ÇEVRE UNSURLARI** | **DIŞ ÇEVRE UNSURLARI** |
| **OLUMLU YÖNLER** | **GÜÇLÜ YÖNLER** | **FIRSATLAR** |
| 1. Akademik personelin bilimsel çalışmalara teşvik edilmesi
2. Bilimsel yayınlarımızın niteliksel ve niceliksel olarak artma eğiliminde olması
3. Akademik ve idari kadro için uygun çalışma ortamı
4. Dış paydaşlarla güçlü iletişim ve işbirliği içerisinde olun- ması
5. Genç, dinamik ve deneyimli akademik kadro
6. Uygulama laboratuarları - stüdyoları
7. Bilgisayar laboratuvarları
8. Sektörel Kuruluşlarla ilişkiler
9. Öğrencilere sektörel bazda staj imkânı
10. Zorunlu ve seçmeli derslerin yeterli olması
11. Türkiye’nin en donanımlı ve kampüs alanı en geniş MYO kampüslerinden birine sahip olunması
12. Kız öğrenci yurdunun tamamlanmış olması
 | 1. Öğrencilerimiz için İbrahim Çeçen Vakfı aracılığıyla sağlanabilecek iş imkânları
2. Özel sektör ziyaretleriyle üniversite – sanayi işbirliğinin gelişme potansiyeli
3. Sektörel - IC Holding - staj imkânı
 |
| **OLUMSUZ YÖNLER** | **ZAYIF YÖNLER** | **TEHDİTLER** |
| 1. Merkeze uzaklık
2. İndeksli yayın sayısının sınırlı oluşu
3. Ulusal ve uluslar arası projelerin sayıca azlığı
4. Disiplinler arası çalışmaların sınırlı oluşu
5. Üniversitenin merkez kampüs olanaklarından yararlanamama
6. Mezun olan öğrencilerimizin MYO ile olan bağlarının güçlü olmaması
7. Yabancı öğrenci yetersizliği
 | 1. Öğrenciler için sosyal yaşamın kısıtlı olması
2. Bölgenin ekonomik durumu ve gelişim seviyesi
3. Coğrafi konum
4. Erkek öğrenci yurdunun geçici olması, ilçenin ekonomik, sosyal durumu
 |

**Güçlü Yönlerinizi Belirlemenize Yardımcı Soru Listesi (Strength)**

*SWOT Analizi Nedir?*

*SWOT Analizi, bir projede ya da bir ticari girişimde kurumun, tekniğin, sürecin, durumun veya kişinin güçlü* ***(Strengths)*** *ve zayıf* ***(Weaknesses)*** *yönlerini belirlemekte, iç ve dış çevreden kaynaklanan fırsat* ***(Opportunities)*** *ve tehditleri* ***(Threats)*** *saptamak için kullanılan stratejik bir tekniktir.*

Kuruluşunuzun sahip olduğu avantajlar ne?

Neleri diğerlerinden daha iyi yapıyorsunuz?

Sizin kullandığınız ancak diğerlerinin kullanamadığı eşsiz veya en düşük maliyetli kaynaklar neler?

Rakipleriniz sizin hangi yönlerinizi güçlü bulur?

Firmanızın “benzersiz satış teklifi” ne?

Güçlü yönlerinizi hem kurum içi perspektiften hem de müşterilerinizin ve piyasadaki insanların bakış açısından değerlendirin.

Bununla birlikte güçlü yönlerinizi belirlemekte zorlanırsanız kurumunuzun karakteristik özelliklerinin listesini yapmayı deneyin. Umarız ki içlerinde bir kısmı güçlü yönlerinizdir.

Güçlü yönlerinizi incelerken bunları rakiplerinizle ilişkilendirin. Örneğin bütün rakiplerinizin üst kalite ürünler üretiyorsa sizinde üst kalite ürünler üretmeniz güçlü yönünüz olmaz.

**Zayıf Yönlerinizi Belirlemenize Yardımcı Soru Listesi (Weakness)**

Neleri iyileştirmelisiniz?

Nelerden sakınmalısınız?

Rakipleriniz hangi yönlerinizi zayıf görüyor?

Hangi faktörler satışlarınızın düşmesine neden oluyor?

Yine iç çevre ve dış çevre açıdan düşünün: Diğer insanlar sizin göremediğinizi zayıflık olarak algılıyor mu? Rakipleriniz herhangi bir şeyi sizden daha iyi yapıyor mu?

Gerçekçi olmanın zamanı geldi ve hoşunuza gitmeyen bütün gerçeklerle en yakın zamanda yüzleşmelisiniz.

**Fırsatları Belirlemenize Yardımcı Soru Listesi (Opportunities)**

Hangi fırsatları değerlendirebilirsiniz?

Hangi fırsatların farkındasınız?

**Tehditleri Belirlemenize Yardımcı Soru Listesi (Threats)**

Önünüzde ne tür engeller var?

Rakipleriniz neler yapıyor?

İşinizle ilgili standartların veya uzmanlıkların, ürünlerin veya hizmetlerin kalitesi değişti mi?

Değişen teknolojisi piyasadaki yerinizi tehdit ediyor mu?

Borçlarınız veya nakit probleminiz var mı?

Zayıf yönlerinizden herhangi bir tanesi ciddi anlamda işinizi tehdit ediyor mu?

*İPUCU*

*Fırsatlara güçlü yönlermiş gibi bakmak doğru bir yaklaşımdır. Önünüze çıkan fırsatları geliştirip geliştiremeyeceğinizi değerlendirin.*

**SWOT Analizine Dair Genel İpuçları**

Tehditleri ve fırsatları göz önünde bulundururken PEST analizi (dış çevre analizinde makro düzeydeki çevresel faktörlerin analizidir) sayesinde yeni hükümet düzenlemeleri veya teknolojik değişimler gibi çevresel faktörleri gözden kaçırmazsınız.

SWOT analizini ciddi anlamda bir araç olarak kullanıyorsanız aşağıdaki maddeleri göz önünde bulundurmanız gerekir:

Sadece kesin ve doğrulanabilir raporları kabul edin.

Uzun faktör listelerini mümkün olduğunca kısaltın ve öncelik sırasına göre düzenleyin. Bu sayede vaktinizi daha önemli konulara harcarsınız.

Seçenekler strateji oluşturma sürecindeki ileri safhalar için üretilir. Bunu doğru seviyelere uygulayın. Örneğin belirsiz firma seviyeleri yerine ürün veya ürün hattı seviyelerine SWOT analizi yapmanız gerekebilir. SWOT analizini diğer strateji araçlarıyla birlikte kullanın böylece durumla ilgili kapsamlı bir resim çıkarabilirsiniz.