

SWOT ANALİZİ FORMU

Doküman No: FR-039
İlk Yayın Tarihi: 26.02.2024
Revizyon Tarihi:
Revizyon No: 00
Sayfa: 1 / 3

	İÇ ÇEVRE UNSURLARI	DIŞ ÇEVRE UNSURLARI
	GÜÇLÜ YÖNLER	FIRSATLAR
OLUMLU YÖNLER	1- Bölge şartlarına uygun Hayvansal Üretim Yüksekokulu olması 2- Mezunların kamu ve özel sektörde istihdam imkanlarının yüksek olması 3- Eğitim Araştırma Uygulama Çiftliği ve Öğrenci Uygulama laboratuvarları 4- Kız öğrenci yurdunun bulunması Üniversitemizde İC Vakfının bulunması	1- Üniversite – sanayi işbirliğinin gelişme potansiyeli 2- Bölgenin tarım bölgesi olması 3- Kariyer imkanının yüksek olması
	ZAYIF YÖNLER	TEHDİTLER
OLUMSUZ YÖNLER	1- Merkeze uzaklık 2- Ulusal ve uluslararası projelerin azlığı 3- Disiplinler arası çalışmaların sınırlı oluşu 4- Üniversitenin merkez kampüs olanaklarındanyararlanamaması 5- Erkek öğrenci yurdunun bulunmaması 6- Sektörel kuruluşlarla ilişkilerin zayıf olması 7- Dış paydaşlarla zayıf iletişim ve işbirliği içerisinde olunmaması	1- Öğrenciler için sosyal yaşamın kısıtlı olması 2- Bölgenin ekonomik durumu ve gelişim seviyesi 3- Coğrafi konum 4- Erkek öğrenci yurdunun bulunmamasından dolayı erkek öğrencilerin yüksekokulumuzu tercih etmemesi 5- İlçenin ekonomik ve sosyal durumu

Hazırlayan	Kontrol Eden	Onaylayan

SWOT Analizi Nedir?

SWOT Analizi, bir projede ya da bir ticari girişimde kurumun, tekniğın, 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.

Güçlü Yönlerinizi Belirlemenize Yardımcı Soru Listesi (Strength)

Kuruluşunuzun sahip olduğı 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. Örneğın 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 göremediğınızı 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?

Hazırlayan	Kontrol Eden	Onaylayan

Rakipleriniz neler yapıyor?

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

Değişen teknolojiyi 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.

Hazırlayan	Kontrol Eden	Onaylayan