

IMPORTANȚA MATRICEI SWOT ÎN PLANIFICAREA MANAGERIALĂ A S.A ”MOLDTELECOM,,

Angela EMANDEI, Elena TROCIN, Lucia GUJUMAN

Universitatea Tehnică a Moldovei

Abstract: *Analiza SWOT este o metodă folosită în mediul de afaceri, pentru a ajuta la proiectarea unei viziuni de ansamblu asupra firmei. Desigur, însă, acest tip de analiză nu este lipsit și de o latură negativă pe lângă cea pozitivă, din cauza limitelor ce le deține, evident. Prin analiza SWOT a Societății pe Acțiuni ”Moldtelecom” efectuate, prin răspunsurile la întrebările specifice, am observat și enumerat Punctele tari, Punctele slabe, Oportunitățile și Amenințările entității economice. Categorizarea aspectelor în modul dat ar putea fi un lucru foarte subiectiv deoarece există un grad mare de incertitudine pe piață.*

Cuvinte cheie : *SWOT, Moldtelecom, personal calificat, oportunități, mediul economic, planificare.*

1. Noțiuni generale

1.1 Definiții

Analiza SWOT este instrumentul cel mai renumit pentru verificarea și analiza poziției strategice de ansamblu a afacerii și a mediului său. Scopul cheie al acesteia este de a identifica strategiile care vor crea un model specific de afacere, care va alinia cel mai bine resursele și capacitățile unei organizații la cerințele mediului în care funcționează firma.

1.2 Avantajele analizei SWOT

- a. Este o sursă de informare pentru planificarea strategică.
- b. Construiește punctele tari ale organizației.
- c. Enumerarea punctelor sale slabe.
- d. Maximizarea răspunsului său la oportunități.
- e. Depășirea amenințărilor organizației.
- f. Ajută la identificarea competențelor de bază ale organizației.
- g. Ajută la stabilirea obiectivelor pentru planificarea strategică.
- h. Ajută la cunoașterea trecutului, prezentului și viitorului astfel, valorificând datele din trecut și cele actuale, iar viitorul poate fi conturat.

1.3 Dezavantajele analizei SWOT

- a. Limitări care nu se află în controlul de management:
 - a.a. Majorarea de preț.
 - a.b. Intrări /ieșiri a materiei prime.
 - a.c. Legislația guvernamentală.
 - a.d. Mediul economic.
 - a.e. Căutarea unei noi pieți pentru produsul care nu are o piață din cauza restricțiilor de import, etc.
- b. Limitările interne pot include:
 - b.a. Cercetare și facilitare de dezvoltare insuficiente.
 - b.b. Produse cu defecte din cauza unui slab control al calității.
 - b.c. Relații industriale slabe;
 - b.d. Lipsa forței de muncă calificate și eficiente, etc.

2. Analiza SWOT a Societății pe Acțiuni ”Moldtelecom”

2.1 Puncte tari

1. În prezent, compania Moldtelecom, fiind o entitate economică națională, deține poziția de lider pe piața serviciilor de telefonie fixă peste 96% și pe cea a serviciilor de internet, peste 70%. Ceea ce, evident, depășește cota parte a abonaților din R.M. ce utilizează serviciile de telecomunicație de la alte companii din domeniu, de exemplu SRL StarNet.
2. Serviciul de internet MaxDSL, al companiei Moldtelecom este disponibil în majoritatea localităților Republicii Moldova.

3. S.A. "Moldtelecom", datorită calității și dezvoltării în permanență a unor servicii inovative, a câștigat aprecierea și încrederea abonaților, fapt demonstrat prin obținerea diplomei de onoare și "Mercuriul de Aur", în cadrul celui mai însemnat concurs național "Marca Comercială".
4. Dispune de un personal calificat și cu o experiență vastă în domeniu.
5. Introduce permanent tehnologii actuale.
6. După volumul vânzărilor deține primul loc în RM, pe acest segment de piață, cu o cotă de 57 %.
7. Deține tehnologii de mare performanță.

2.2 Puncte slabe

1. Piață de desfacere relativ mică.
2. Costuri înalte pentru deservirea rețelei.
3. Servicii electronice nu atât de bine cunoscute de populație.
4. Concentrarea piețelor de desfacere în orașele mari.
5. Personalul companiei este, în linii generale, în vârstă.
6. Mediul de lucru în continuă schimbare.

2.3 Oportunități

1. Domeniul și serviciile de telecomunicație sunt din ce în ce mai actuale pentru populație.
2. Produsele companiei se utilizează pe larg și în alte domenii, în special în economie.
3. Piața de servicii de acces la internet în bandă largă este în continuă dezvoltare.
4. Creșterea venitului entității economice din vânzarea serviciilor de telefonie fixă, mobilă, internet și televiziune IPTv.

2.4 Amenințări

1. Instabilitatea politică din Republica Moldova.
2. Migrarea populației în străinătate.
3. Apariția noilor concurenți pe piața telecomunicației.

Concluzii

Elaborând matricea SWOT managementul de vârf al firmei poate anticipa schimbările și elabora, implementa strategia optimă pentru a asigura prosperitatea firmei.

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 S.A "Moldtelecom".

Analiza SWOT trebuie folosită în permanență, chiar dacă există deja un plan strategic al organizației.

Într-un final, în urma analizei SWOT, indiferent de acțiunile stabilite, procesul de planificare trebuie să includă următoarele elemente prioritare:

- Construiește și dezvoltă entitatea economică în baza Punctelor Tari,
- Elimină Punctele Slabe,
- Exploatează Oportunitățile,
- Îndepărtează Amenințările.

Bibliografie

1. Radu Zlatian, *Strategii analiza SWOT*, România 2011.
2. ANGHEL, L., FLORESCU, C., ZAHARIA, R. *Marketing probleme, cazuri, teste*, București, Editura Expert, 1996.
3. KOTLER, PH., DUBOIS, B. *Management Marketing*, București, Editura Teora, 1997