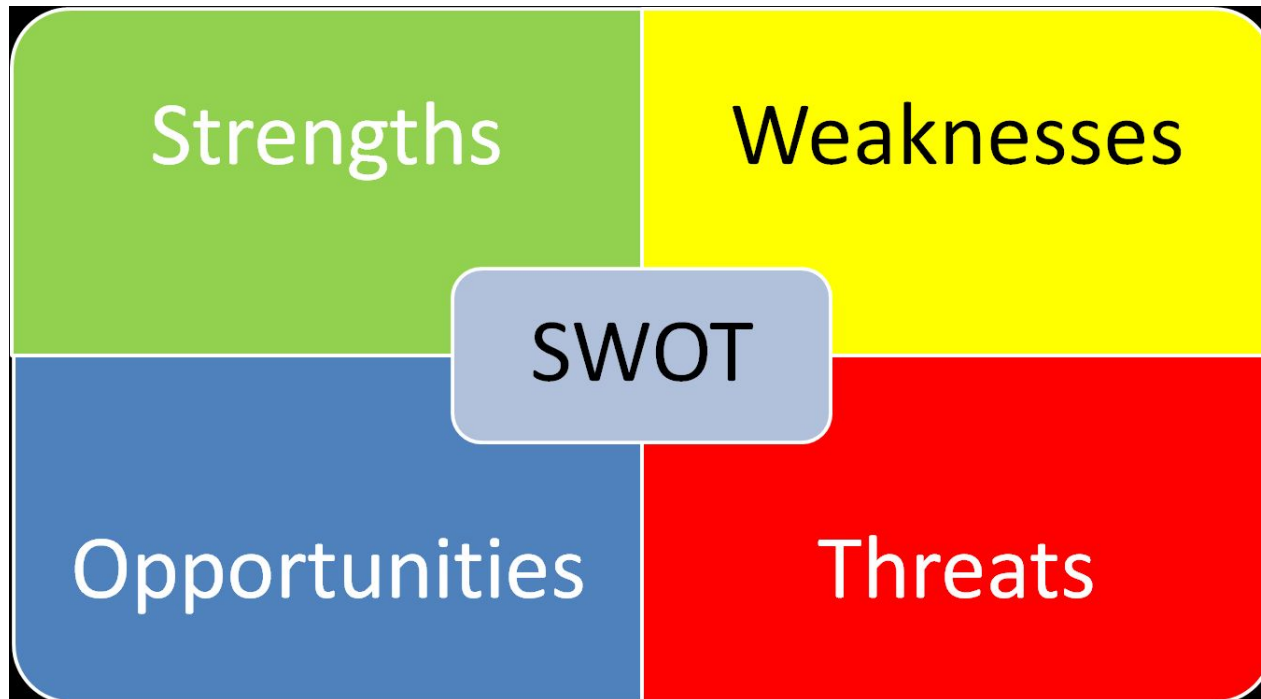


SWOT-аналіз

- це різновид стратегічного аналізу на основі дослідження внутрішнього та зовнішнього середовища організації, який дозволяє оцінити поточну та майбутню конкурентоспроможність продукту.



Крок 1. Аналіз факторів внутрішнього середовища (ресурсів)



- **Сильні сторони** (S = Strengths) - такі внутрішні характеристики організації (продукту), які забезпечують конкурентну перевагу на ринку або більш вигідне становище порівняно з конкурентами.
- **Слабкі сторони** (W = Weaknesses) або недоліки - такі внутрішні характеристики організації (продукту), які ускладнюють подальше зростання, заважають продукту лідирувати на ринку, є ознаками неконкурентоспроможності.

Крок 2. Аналіз факторів зовнішнього середовища (які впливають на організацію, але організація практично не в змозі вплинути на них)



- **Можливості** (O = Opportunities) - фактори зовнішнього середовища, які дозволяють організації збільшити обсяг продажів або наростити прибуток.
- **Загрози** (T = Threats) - фактори зовнішнього середовища, які можуть знизити обсяг продажів або рівень прибутку організації в майбутньому.

Крок 3. Перевірка



1. Перевірка сильних сторін:

- Чи підвищує сильна сторона задоволеність споживача або прибуток організації?
- Чи створює сильна сторона відмінність від конкурентів?

2. Перевірка слабких сторін:

- Чи підвищує сильна сторона задоволеність споживача або прибуток організації?

3. Перевірка можливостей:

- Яким чином дана можливість спроможна підвищити задоволеність споживача або прибуток організації?
- Чи існують ресурси для реалізації можливості?

4. Перевірка загроз:

- Яким чином дана загроза може знизити задоволеність споживача або прибуток організації?
- Коли виникне загроза?

Крок 4. Складання SWOT-таблиці

Сильні сторони (Strenghts)		Слабкі сторони (Weaknesses)	
Рейтинг		Рейтинг	
1		1	
2		2	
3		3	
4		4	
5		5	
6		6	
7		7	
8		8	
Можливості (Opportunities)		Загрози (Threats)	
Рейтинг		Рейтинг	
1		1	
2		2	
3		3	
4		4	
5		5	
6		6	
7		7	
8		8	

Крок 5. Висновки

АНАЛІЗ СИЛЬНИХ СТОРІН:

1. Яку конкурентну перевагу необхідно зміцнювати?
2. Які сильні сторони не так очевидні для споживача і потребують більш ефективної комунікації?

АНАЛІЗ МОЖЛИВОСТЕЙ:

3. Що необхідно зробити, щоб в максимально короткий термін реалізувати можливості?
4. Як в розвитку можливостей використовувати сильні сторони продукту?

АНАЛІЗ СЛАБКИХ СТОРІН:

5. Як мінімізувати вплив слабких сторін на продукт?
6. Яким буде план дій щодо усунення слабких сторін або перетворенню слабких сторін в сильні?
7. Як приховати ті слабкі сторони, які неможливо змінити?

АНАЛІЗ ЗАГРОЗ:

8. Яким чином можна нейтралізувати загрози?
9. Чи можна перетворити загрози в можливості і в джерела зростання?
10. Що необхідно зробити, щоб захиститися від загроз в максимально короткий термін?

Крок 6. Складання SWOT-матриці

	Сильні сторони	Слабкі сторони
Можливісті	Заходи або програми, що використовують сильні сторони товару для охоплення кожної з можливостей.	Заходи або програми, спрямовані на поліпшення, зміна або подолання «слабких сторін» для використання знайдених можливостей.
Загрози	Стратегії захисту від зовнішніх загроз за рахунок використання сильних сторін компанії.	Стратегії захисту від зовнішніх загроз за рахунок зміцнення слабких сторін компанії.

Крок 7. Складання плану заходів

№	Захід	Ціль	Термін виконання, відповідальні	Необхідні ресурси