

SWOT-анализ проекта

Объектом SWOT-анализа может быть не только организация, но и другие социально-экономические объекты: отрасли экономики, города, и т.д.

Процедура проведения SWOT-анализа состоит из четырех этапов:

- ✓ осуществляется сбор аналитической информации.
- ✓ анализ внутренней и внешней среды, выявление сильных и слабых сторон.
- ✓ сопоставление сильных и слабых сторон предприятия и факторов внешней среды.
- ✓ определение основных действий, актуальных для того или иного сочетания сил, возможностей, **угроз.**

SWOT-анализа глубоко изучаются силы - конкурентные преимущества фирмы в следующих областях:

- патентоспособность выпускаемых товаров;
- цена товаров;
- прогрессивность технологии;
- квалификация кадров;
- стоимость ресурсов, применяемых фирмой;
- возраст основных производственных фондов;
- географическое расположение фирмы;
- инфраструктура;
- система менеджмента (в т. ч. маркетинга);
- сила конкуренции на «входе» и «выходе» системы менеджмента фирмы и др.

SWOT-анализ

<i>Strengths – сильные стороны</i>	<i>Weaknesses - слабые стороны</i>
1.Высокая квалификация сотрудников	Неудобные часы проведения для детей и их родителей
2. Проведения праздника для детей	Ограничение по возрасту
3.Низкая себестоимость	Ограничение ресурсов
4.Сплоченный коллектив	Узкая продуктовая линейка
5.Хорошее оснащение оборудованием	Мало дополнительных услуг
6. Удовлетворение клиента	Место проведения праздника
<i>Opportunities – возможности</i>	<i>Threats - угрозы</i>
1.Государственная поддержка	Законодательное регулирование
2.Социальное удовлетворение	Потеря клиентов
3. Улучшение рекламной компании	Разовое вложение
4.Не высокая конкуренция	Нет послепродажного обслуживания
5.Потребности клиента	Слабый маркетинг