SWOT (SWOT) ანალიზი

რა არის SWOT (SWOT) ანალიზი?

SWOT (SWOT) ანალიზი არის ძალზედ მარტივი, მაგრამ მძლავრი ინსტრუმენტი, რომელიც დაგვეხმარება ბიზნეს სტრატეგიის შემუშავებაში, განურჩევლად იმისა, სტარტაპი ვართ თუ უკვე მოქმედი კომპანია.

აბრევიატურა SWOT გულისხმობს შემდეგს: ძლიერი მხარეები, სუსტი მხარეები, შესაძლებლობები და საფრთხეები.

ძლიერი და სუსტი მხარეები კომპანიის შიდა მახასიათებლებია - ეს არის ის ფაქტორები, რომელზეც არსებობს გარკვეული კონტროლი და შესაძლებელია შეცვალოთ. მაგალითად: თუ ვინ არის გუნდში, პატენტები და ინტელექტუალური საკუთრება, ადგილმდებარეობა.

შესაძლებლობები და საფრთხეები კი გარე ფაქტორებია - ის, რაც კომპანიის გარეთ ხდება, უფრო დიდ ბაზარზე. შეგიძლიათ ისარგებლოთ შესაძლებლობებით და დაიცვათ თავი საფრთხეებისგან, მაგრამ არ შეგიძლიათ მათი შეცვლა. მაგალითებს წარმოადგენს კონკურენტები, ნედლეულის ფასები და მომხმარებელთა მსყიდველობითი ტენდენციები.

ძლიერი მხარეები

ძლიერი მხარეები კომპანიის შიდა, პოზიტიური ფაქტორებია. ეს ის ფაქტორებია, რომლებიც ექვემდებარება ჩვენს კონტროლს.

- რომელი ბიზნეს პროცესები არის წარმატებული?
- რა აქტივები არსებობს გუნდში, როგორიცაა: ცოდნა, განათლება, ქსელი, უნარები და რეპუტაცია?
- რა ფიზიკურ აქტივებს ფლობს ბიზნესი; მაგალითად: მომხმარებლები, ტექნიკა, ტექნოლოგია, ნაღდი ფული და პატენტები?
- რა არის ბიზნესის კონკურენტული უპირატესობა?

სუსტი მხარეები

სუსტი მხარეები ნეგატიური ფაქტორებია, რომლებიც ასუსტებს კომპანიის სიძლიერეს. ეს ის ფაქტორებია, რომლებიც საჭიროებს გაუმჯობესებას იმისთვის, რომ ბიზნესი იყოს კონკურენტუნარიანი.

- რა სჭირდება თქვენს ბიზნესს იმისთვის, რომ იყოს კონკურენტუნარიანი?
- რა ბიზნეს პროცესები საჭიროებს გაუმჯობესებას?
- სჭირდება თუ არა კომპანიას მატერიალური აქტივები, მაგალითად, ფული ან აღჭურვილობა?
- არის თუ არა ხარვეზები გუნდში?
- ბიზნესის ადგილმდებარეობა იდეალურია თუ არა წარმატებისთვის?

შესაძლებლობები

შესაძლებლობები ბიზნეს გარემოში არსებული გარე ფაქტორებია, რომლებიც ხელს შეუწყობს წარმატებას.

- იზრდება თუ არა მომხმარებელთა ბაზარი? სახეზეა თუ არა ტენდენციები, რომლებიც მიუთითებს, რომ მომხმარებლები უფრო მეტი რაოდენობით იყიდიან შეთავაზებულ პროდუქტს?
- მოსალოდნელია თუ არა ღონისძიებები, რომელთა გამოყენებით თქვენი კომპანია შეძლებს საქმიანობის გაფართოებას?
- თუ არის მოსალოდნელი ისეთი ცვლილებები რეგულაციებში, რომლებმაც შესაძლოა პოზიტიური გავლენა მოახდინოს კომპანიაზე?
- თუ თქვენი ბიზნესი მოქმედია, რამდენად არის მომხმარებელთა შეფასება დადებითი?

საფრთხეები

საფრთხეები გარე ფაქტორებია, რომლებიც არ ექვემდებარება ჩვენს კონტროლს. მათი გამოვლენის შემთხვევისთვის, შესაძლებელია დანერგილ იქნას საგანგებო სიტუაციების მართვის გეგმა.

- არსებობს თუ არა პოტენციური კონკურენტები, რომლებიც შესაძლოა შემოვიდნენ ჩვენს ბაზარზე?
- მომწოდებლები ყოველთვის შეძლებენ თუ არა საჭირო ნედლეულის მოწოდებას ჩვენთვის მისაღებ ფასად?
- შესაძლებელია თუ არა ტექნოლოგიების განვითარებამ შეცვალოს ის ფორმა, რომელსაც იყენებთ ბიზნეს საქმიანობის წარსამართად?
- შესაძლებელია მომხმარებელთა ქცევის ცვლილება ისე, რომ უარყოფითად იმოქმედოს თქვენს ბიზნესზე?
- არსებობს თუ არა ბაზრის ტენდენციები, რომლებმაც შესაძლოა საფრთხე შეუქმნას ბიზნესს?
- არსებობს თუ არა სამთავრობო რეგულაციები, შეზღუდვები რამაც შესაძლოა საფრთხე შეუქმნას ბიზნესს?

სვოტ (SWOT)

ანალიზი

სიძლიერე

სისუსტე

შესაძლებლობა

საფრთხე