

SWOT-анализ

SWOT-анализ один из самых эффективных методов анализа внутренних и внешних факторов, оценки рисков и конкурентоспособности товара. Объектом этого анализа может стать любой продукт, магазин, завод, страна, образовательное учреждение и даже отдельно взятый человек



Как расшифровывается SWOT-анализ?

Аббревиатура **SWOT** составлена из 4 слов:

- **Strengths** (*Сильные стороны*)
- **Weaknesses** (*Слабости*)
- **Opportunities** (*Возможности*)
- **Threats** (*Угрозы*)



Strenght – сильные стороны товара или услуги

Это то, благодаря чему компания держится на рынке, делает их стабильнее конкурентов. За счёт сильных сторон у бизнеса может повышаться продажи, прибыль и т.д. Но эти стороны нужно всё время улучшать и укреплять, а также показывать клиентам.



Strength

- Устойчивое развитие
- Качественные материалы
- Популярность/актуальность бренда



Weaknesses – слабые стороны товара или услуги

Эти характеристики замедляют рост компании и мешают товару попасть в список лидеров рынка. Из за чего продажи и прибыль падает и может сделать их неконкурентоспособным. Поэтому нужно всё время улучшать эти недостатки, чтобы минимизировать риски.



● Weakness

- Высокая цена
- Вкус клиента
- Стоимость материала

Opportunities – возможности компании.

Это внешние факторы, которые могут влиять на рост бизнеса. Возможности нужно постоянно анализировать, оценивать и использовать для развития сильных сторон.



Opportunity

- Цифровые игры и интерактивное обучение
 - Расширение рынка
 - Новые категории продукта



Threats – угрозы для бизнеса.

Это негативные факторы внешней среды, которые могут ослабить компанию и снизить ее прибыль. Каждую угрозу нужно оценивать в краткосрочной перспективе и предлагать варианты ее минимизации.



Threat

- Клоны
- Нет регулярных поставок инновационных продуктов
- Нехватка квалифицированной рабочей силы

SWOT Analysis

LEGO

