

Аналіз бізнес-ідеї

Ви завершили аналіз анкет і обрали бізнес-ідею, яку ви будете реалізовувати. Ви також подумали над тим, хто може бути вашими конкурентами. На занятті ви проаналізуєте вашу конкурентоспроможність, та визначите сильні та слабкі сторони, сприятливі можливості та загрози втілення вашої бізнес-ідеї. Як ви можете визначити сильні і слабкі сторони вашого бізнесу?

Одним із способів, який можна використати для аналізу даних, є SWOT-аналіз (або аналіз сильних і слабких сторін, можливостей і загроз). Аббревіатура SWOT означатиме - сильні (Strengths), слабкі (Weaknesses) сторони, можливості (Opportunities) і загрози (Threats).

Сильні сторони: Якими є основні сильні сторони вашого бізнесу? Які ви маєте переваги у порівнянні із іншими підприємствами та підприємцями? Що ви можете зробити для того, щоб клієнти приходили до вас знову і знову?

Слабкі сторони: Які є проблеми для ведення вашого бізнесу? Як ви можете подолати ці проблеми?

Можливості: В яких напрямках ви можете розвивати ваш бізнес? Які нові споживчі потреби ви можете задовольнити? Чи є у вас способи зробити ваш бізнес більш ефективним і прибутковим?

Загрози: Які зовнішні фактори можуть поставити під загрозу успіх вашого бізнесу? Чи збираються конкуренти запропонувати нову продукцію або послуги чи нові ціни, які могли б становити загрозу для ваших продажів? Чи планується відкриття іншого нового підприємства, яке може конкурувати із вашим?

Виходячи з цього, перед початком проведення SWOT-аналізу ви повинні мати: опис вашої бізнес-ідеї, ринкові умови, потреби клієнтів і опис конкурентів. Вам слід провести аналіз і збір відомостей з цих питань перед тим, як розпочати SWOT-аналіз. Якщо ви не володієте реальними даними, ви можете аналізувати конкурентів, яких можна порівняти із вашим бізнесом, і використовувати це в цілях аналізу.

Ви маєте з'ясувати, чи існують інші підприємства, які пропонують ці ж самі послуги чи продукцію. Ці інші підприємства є вашими конкурентами. Знання про ваших конкурентів допоможуть вам визначити ваші сильні і слабкі сторони, можливості і загрози. Ваші конкуренти зосереджені на досягненні успіху, так само як і ви і хочуть, щоб бізнес зростав і ставав все більш успішним. Конкуренція може бути прямою або непрямую. Вашими прямими конкурентами є ті підприємства, які дуже схожі на ваше.

Непрямими конкурентами є ті підприємства, які не схожі на ваше, але надають подібні послуги чи продукцію. Наприклад, якщо ви продаєте яблука, інша особа, яка продає яблука, є вашим прямим конкурентом, але особа, яка продає апельсини, є вашим непрямим конкурентом. Необхідно розуміти ваших конкурентів для того, щоб інформація, яку ви зібрали, допомогла вам прийняти правильне рішення і планувати цілі і стратегії вашого бізнесу.

Аналіз конкурентів допоможе вам порівняти ваше підприємство із визначеними конкурентами за різноманітними факторами. Використовуючи цю інформацію, ви можете проводити SWOT-аналіз.

Як визначити конкурентів? Джерелами для визначення конкурентів можуть бути: ваше опитування, в рамках якого респонденти зазначили підприємства, які продають подібну продукцію або послуги; регіональні телефонні довідники подібних підприємств; Інтернет та інші подібні джерела. Вам слід визначити такі відомості, як їх місцезнаходження, ціни на продукцію і послуги, дані про фінансовий стан і цілі їх господарської діяльності.

З яких ще джерел можна отримати відомості про конкурентів? Дані про конкурентів можна отримати з наступних джерел:

- Письмові джерела, такі як щорічні звіти, прес-релізи, статті в газетах та публікації в Інтернеті, презентації, офіційні виступи та урядові звіти.
- Наявні дані, такі як прейскуранти, реклама, агітаційні матеріали, тендери, сайти конкурентів і каталоги.
- Дані, отримані з таких джерел, як спеціалізовані виставки, зустрічі із постачальниками, семінари та конференції, зустрічі з колишніми співробітниками та іншими особами, із якими конкуренти мають контакт

Аналіз конкурентів

Критерії	Мій бізнес (квітковий магазин)	Конкурент 1	Конкурент 2	Конкурент 3
Концепція	3	2	1	3
Доступність				
Ціноутворення				
Різноманітність				
Якість				
Популярність				
Реклама				
Загальна сума балів				
Середній бал				

Бали: Високий -3; Середній - 2; Низький - 1

SWOT-аналіз

Сильні сторони

Які я маю переваги у порівнянні з конкурентами?

Які головні переваги/сильні сторони мого бізнесу?

Завдяки чому в моєму бізнесі клієнти будуть користуватися ним неодноразово?

Слабкі сторони

На що в моєму бізнесі бракує коштів?

Що слід вдосконалити?

Які труднощі слід подолати?

Можливості

В яких аспектах конкуренти відсутні

Які нові ідеї будуть використовуватися у моєму бізнесі

Які нові потреби клієнтів можуть бути задоволені

Завдяки чому я можу розширити мій бізнес

продовження

Загрози

Успішні або популярні конкуренти?

Забагато конкурентів?

Будь-які несприятливі економічні умови?