

SWOT-АНАЛИЗ



SWOT-анализ - метод стратегического планирования. Анализирует четыре группы факторов, влияющих на компанию, чтобы принять решения о развитии (выйти из стагнации, запустить продукт, освоить новое направление).

Ключевое деление: S и W - внутренние факторы (на них можно влиять), O и T - внешние (от компании не зависят).

Четыре фактора

Фактор	Тип	Что это
S Strengths (сильные)	внутр.	преимущества перед конкурентами: цена, технология, лояльность
W Weaknesses (слабые)	внутр.	что мешает росту: сбои доставки, потеря заказов, утечки
O Opportunities (возможности)	внеш.	внешние факторы, из которых можно извлечь выгоду
T Threats (угрозы)	внеш.	внешние изменения, вредящие компании (кризис, новые конкуренты)

Два этапа

- **Этап 1.** Заполнить таблицу: найти сильные и слабые стороны, возможности и угрозы;
- **Этап 2.** Составить матрицу решений: как использовать сильные стороны и возможности, закрыть слабые места и избежать угроз.

Главное: сила матрицы - в попарной связке факторов. Сильная сторона плюс возможность дают точку роста; слабая плюс угроза - зону риска, которую закрывают первой. Список из четырёх квадрантов без выводов пользы не приносит. Поэтому SWOT всегда доводят до конкретных действий: что усилить, что исправить, какие возможности освоить и от каких угроз защититься заранее.

Два вида анализа

Вид	Когда и как
Экспресс	быстрый обзор без баллов, чтобы оперативно оценить ситуацию
Комплексный	глубокое исследование с баллами по важности и маркетинговыми данными

Вопросы для поиска факторов

- **Strengths:** чем вы лучше конкурентов, за что хвалят в отзывах, какие каналы дают результат?
- **Weaknesses:** на что жалуются клиенты, где вы хуже конкурентов, какие ошибки повторяются?
- **Opportunities:** какие внешние тренды (политика, технологии, рынок) можно обратить в пользу?
- **Threats:** какие внешние изменения грозят оттоком клиентов и падением прибыли?

Пример: небольшая пекарня

Сильные стороны

свежая выпечка, лояльные соседи, свои рецепты

Слабые стороны

мало посадочных мест, нет доставки, зависимость от одного пекаря

Возможности

появление новых технологий, развитие тренда на свежую выпечку, уход конкурента с рынка

Угрозы

сетевые пекарни рядом, рост цен на сырьё



Как снизить субъективность: собрать команду (не один человек), заранее подготовить данные и отчёты, заполнить факторы независимо, а потом свести вместе и приоритизировать через взвешивание или экспертные оценки (например, метод Delphi).

На заметку

- * **Сила - в связках, а не в списке:** сильная сторона + возможность дают точку роста; слабая + угроза - зону риска, которую закрывают первой.
- * **Доводите до действий:** четыре квадранта без выводов бесполезны - решите, что усилить, что исправить, какие возможности освоить и от каких угроз защититься заранее.
- * **S и W - внутренние** (на них влияем), **O и T - внешние** (под них подстраиваемся); не путать стороны.