

# SWOT Анализа

SWOT (SWOT) анализата е метод за планирање која го добила името од првите букви на англиските зборови: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (односно предности, слабости, можности, предизвици). Техниката на оваа анализа е едноставна, па затоа таа е најпотребуваното и ефикасно средство за прибирање на информации и за стратешко планирање. Техниката се состои од идентификување на силните страни, слабостите, можностите и заканите во компанијата.

SWOT анализата може да биде корисна при утврдување на односот меѓу влијанијата од внатрешното и надворешното опкружување, а оттука и за утврдување на нови стратегии. Таа едноставно може да се сфати како анализа на внатрешните предности и слабости на една организација или стратегија, како и на можностите и предизвиците што доаѓаат од надвор.

<b>Strengths</b> (Силни страни)	<b>Weaknesses</b> (Слаби страни)
<b>Opportunities</b> (Можности)	<b>Threats</b> (Закани)

За да се направи SWOT анализата се користи следната рамка:

<b>SWOT</b>	Потенцијално позитивно влијание	Потенцијално негативно влијание
Внатрешни фактори	<b>Strengths</b> (Силни страни)  +  1 2 3 4 5	<b>Weaknesses</b> (Слаби страни)  -  1 2 3 4 5
Надворешни фактори	<b>Opportunities</b> (Можности)  +  1 2 3 4 5	<b>Threats</b> (Закани)  -  1 2 3 4 5

Со оваа анализа ги разгледувате вашите внатрешни фактори кои влијаат на вашата компанија односно вашите силни страни и вашите слабости кои можат да бидат финансии, вештини, моќ на брендот, способност за брзи промени, ресурсите итн. Факторите што можат да се сметаат како дел од анализата на силните страни вклучуваат:

- Предностите што ги има организацијата
- Она што организацијата го прави подобро од другите.
- Ресурси што се различни од другите.
- Погледот на пазарот за јаките страни на оваа организација.

Факторите што можат да се сметаат како дел од анализата на слабостите вклучуваат:

- Што може да се подобри организацијата.
- Она што организацијата може да го избегне.
- Погледот на пазарот за слабостите на организацијата.
- Работи што организацијата може да ги изгуби или да се штетни за бизнисот.

Задачата на секоја компанија е да ги зајакне силните страни и да ги елиминира слабите.

Преку идентификација пак, на можностите и предизвиците, односно на надворешните фактори кои влијаат на вашиот бизнис, ќе можете да ги видите насоките за раст и развој на компанијата. Ова може да биде користење на нова технологија, движењата на пазарот, законски регулативи кои се подготвуваат, влез на нови конкуренти итн.

Факторите што можат да се сметаат како дел од анализата на можностите вклучуваат:

- проширување на бизнисот,
- промена на владината политика,
- користење на експертиза на одреден сектор за да предвидите каде ќе оди пазарот следно

Факторите што можат да се сметаат како дел од анализата на заканите, вклучуваат:

- Потенцијални пречки за успех.
- Конкуренцијата
- Промена на стандарди или регулативи.
- Промена на технологија.
- Дали некоја од идентификуваните слабости може да го загрози бизнисот.

На крајот, се изработува посложената табела со цел да се создаде основата за понатамошно стратешко планирање.

	Силни страни	Слаби страни
--	--------------	--------------

<p>Можности</p>	<p>Силни Страни и Можности + +</p> <p>Да се искористат можностите кои ќе придонесат за подобро спроведување на стратегијата.</p>	<p>Слаби страни и Можности - +</p> <p>Да се надминат слабостите за да се искористат можностите.</p>
<p>Закани</p>	<p>Закани и Силни Страни - +</p> <p>Да се пронајдат начини на кои компанијата може да ги искористи своите силни страни за да го намали негативното влијание од надворешните опасности</p>	<p>Слаби страни и Закани - -</p> <p>Да се утврди план кој ќе помогне во спречување на слабостите за компанијата да не биде подложно на надворешните опасности или закани.</p>