**Analiza SWOT**

**Analiza SWOT- inseamnă Riscuri și Oportunităţi.**

**Analiza SWOT** este o metodă folosită în mediul de afaceri, pentru a ajuta la proiectarea unei viziuni de ansamblu asupra firmei. Ea funcționează ca o radiografie a firmei sau a ideii de afaceri și evaluează în același timp factorii de influență interni și externi ai unei organizații, precum și poziția acesteia pe piață sau în raport cu ceilalți competitori cu scopul de a pune în **lumină punctele tari și slabe** ale unei companii, în relație cu oportunitățile și amenințările existente la un moment dat pe piață

Conceptul analizei strategice SWOT provine dintr-o cercetare efectuată între anii 1960 și 1970 la Stanford Research Institute din SUA. Acronimul SWOT provine din engleză **S**trengths, **We**aknesses, **O**pportunities, **T**hreats, însemnând „Puncte tari, Puncte slabe, Oportunități, Amenințări”. *(Denumirea provine din limba engleza si este un acronim cu urmatoarea semnificatie: Strengths (puncte tari), Weaknesses (puncte slabe), Opportunities (oportunitati), Threats (amenintari).*

Analiza SWOT ofera o radiografie a companiei la un moment dat. Astfel, analiza SWOT constituie cea mai importanta tehnica manageriala utilizata pentru intelegerea pozitiei strategice a unei companii/organizatii pentru ca:

* ofera un tablou cuprinzator ce arata valorile interne si punctele critice interne ale companiei/organizatiei (valori si puncte critice care sunt definite in raport cu obiectivele pe care trebuie sa le atinga organizatia, si anvergura lor);
* ajuta managementul sa identifice fortele externe care influenteaza, pozitiv sau negativ, succesul companiei /organizatiei catre atingerea obiectivului propus;
* ajuta managementul sa obtina un raspuns la intrebarea: “Putem sa mergem pe calea aceasta pentru atingerea obiectivului organizatiei ?”;
* ajuta sa se evidentieze rapid punctele forte si punctele de slabiciune ale companiei/organizatiei;
* ajuta la cunoasterea si intelegerea contextului larg in care functioneaza compania/organizatia.

Punctele tari si punctele slabe sunt elemente din interiorul companiei asupra carora aveti un control direct, in timp ce oportunitatile si amenintarile vin din mediul exterior si va pot influenta pozitiv sau negativ, in functie de cat de dinamica este compania si de cat de prevazator/inspirat sunteti atunci cand luati deciziile.

Acest instrument va ajuta sa construiti o imagine de ansamblu a afacerii astfel incat sa valorificati punctele tari si oportunitatile pe de o parte si pe de alta parte sa reduceti sau chiar sa indepartati punctele slabe si amenintarile.

Prin analizarea acestor caracteristici ale afacerii veti obtine o imagine cat mai clara asupra stadiului curent al companiei si veti sti care sunt etapele de parcurs pentru a asigura performanta afacerii. In plus, analiza ajuta la cunoasterea si intelegerea contextului larg in care functioneaza compania.

Analiza SWOT se realizează, în general, în prima fază a unui proiect, pentru ca elementele de analiză să poată alcătui baza planului de proiect și să poată fi folosite ulterior în cadrul proiectului, dacă acesta întâmpină dificultăți în ceea ce privește planificarea, livrabilele sau bugetul alocat și trebuie readus pe linia de plutire.

**În cadrul analizei SWOT se va ține seama de faptul că:**

**S – Puncte tari/forte**

La ce suntem cei mai buni?

Ce aptitudini specifice are forța de muncă de care dispunem?

De ce avantaje dispunem pentru a atrage personal de calitate?

Ce experiență deține echipa de proiect din proiecte similare?

Ce resurse unice deținem?

De ce resurse financiare dispunem?

Ce tehnologie folosim?

Care este gradul de optimizare al proceselor interne?

**W – Puncte slabe**

La ce suntem cei mai slabi?

Ce fel de instruire le lipsește angajaților noștri?

Care este nivelul de atașament al angajaților noștri?

Care e poziția noastră financiară?

Este disponibilă o estimare solidă a costurilor?

A alocat compania un buget suficient pentru a acoperi anumite cheltuieli neprevăzute?

E nevoie ca anumite părți din proiect să fie externalizate?

Ce nu facem bine?

Ce ar trebui sa fie îmbunătățit?

Ce ar trebui evitat pentru a nu repeta greșelile din trecut?

Care sunt dezavantajele proiectului?

**O – Oportunități**

Ce schimbări ale mediului extern putem exploata?

La ce tehnologie nouă am putea avea acces?

Ce piețe noi ni s-ar putea deschide?

Cum s-a modificat comportamentul de consum al potențialilor clienți?

Care sunt direcțiile strategice majore ale afacerii:

- Consolidare / Diversificare ?

- Specializare / Generalizare ?

Care sunt punctele slabe ale competitorilor, dacă acestea există?

Unde se poate identifica, sau cum se poate crea, un avantaj concurențial?

**T – Amenințări**

Există deja pe piață o competiție bine închegată?

Ce ar putea face concurența în detrimentul nostru?

Ce legislație nouă ne-ar putea lovi interesele?

Ce schimbări ale normelor sociale, ale profilurilor populației și a stilurilor de viață ar putea fi o amenințare pentru noi:

- Schimbările tehnologice?

- Schimbări ale curentelor artistice?

- Schimbări ale cererii pentru anumite tipuri de servicii, probabil legate de influența deosebită a Internetului?

E dificilă înlocuirea personalului cu experiență?

A fost noua tehnologie testată corespunzător?

Cum ne va afecta ciclicitatea economică?

**Punctele tari și punctele slabe sunt concepte** „statice”, bazate pe parametrii descriptivi ai unei zone, într-o perioadă determinată de timp. Ele reprezintă ceea ce există.

Oportunitățile și amenințările au în vedere viitorul, și se referă la alegerile pe care le au de făcut persoanele implicate în procesul de planificare. Ele reprezintă ceea ce va fi.

Există de asemenea şi o altă parte importantă a planului de afaceri. Cunoaşterea riscurilor şi întocmirea unei strategii sunt obligatorii pentru a putea atrage un investitor. Există mai multe tipuri de risc, mai ales printre afacerile înfloritoare, întreprinzătoare.

Asiguraţi-vă că aţi luat în calcul aceste lucruri şi găsiţi pentru fiecare o strategie adecvată.

Analiza SWOT = metodă de planificare strategică, utilizată pentru a evalua factorii şi fenomenele ce afectează un proiect sau o întreprindere.

Această metodă permite de a stabili scopurile proiectului şi de a identifica factorii interni şi externi ce facilitează sau stagnează realizarea lor.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Analiza SWOT** | **Influenţă pozitivă** | **Influenţă negativă** |

*Factorii interni* **S**trengths/puncte forte

**W**eaknesses/puncte

slab (aspectele ce slăbesc

proiectul)

(calităţile proiectului sau a

personalului, care oferă

avantaje faţă de ceilalţi implicaţi

în proces)

***Factorii externi* Opportunities**/oportunități

**Threats/**ameninţări

**(posibili factori externi care** (posibili factori

externi care pot

îngreuna realizarea

scopului)

**oferă oportunităţi**

**secundare în realizarea scopului)**

**Oportunităţi**

Ex. rezultatul creşterii pieţei, schimbului în stilul de viaţă,rezolvarea problemelor asociate cu situaţii curente, o percepție pozitivă a afacerii dumneavoastră din partea pieţei sau capacitatea de a oferi o valoare mai mare ceea ce va crea o cerere crescută pentru serviciile oferite.

**Puncte slabe**

Ex. lipsa de experienţă, resurse limitate, lipsa de acces la tehnologie sau capacitate, oferta de servicii inferioară sau o localizare slabă a afacerii dumneavoastră.

**Ameninţări**

Ex. concurenţa, creşterea intolerabilă a preţurilor de către furnizori, reglementări guvernamentale, căderi economice, efect negativ al media, schimbări în comportamentul consumatorilor care să vă reducă vînzările sau introducerea unei tehnologii mult mai avansate care să facă produsele,

serviciile sau echipamentele demodate.

Dacă vom fi capabili să depăşim aceste riscuri, compania noastră va avea posibilitatea să domine o nişă pe piaţă, devină o putere în industrie. Considerăm că marca noastră poate deveni cunoscută ca locul unde întreprinzătorii găsesc finanţare, locul unde oamenii găsesc bunul gust. Considerăm că vom putea atinge acest obiectiv în următorii ani.

În urma analizei SWOT, indiferent de acțiunile stabilite, procesul decizional ar trebui să includă următoarele elemente prioritare:

* construiește pe Punctele Tari,
* elimină Punctele Slabe,
* exploatează Oportunitățile,
* îndepărtează Amenințările.

**Limitările analizei SWOT**

Analiza SWOT are și limitările sale, deoarece organizațiile pot să vadă unele circumstanțe ca fiind foarte simple și pot trece cu vederea unele contacte strategice fundamentale care ar putea apărea. Mai mult decât atât, categorizarea aspectelor ca puncte tari, puncte slabe, oportunități și amenințări ar putea fi un lucru foarte subiectiv deoarece există un grad mare de incertitudine pe piață.