

SWOT-аналіз для малого бізнесу: зрозумій свої сильні та слабкі сторони

SWOT-аналіз

це стратегічний інструмент, що допомагає підприємцям оцінити ситуацію навколо бізнесу та зрозуміти його внутрішні та зовнішні фактори. Назва SWOT утворена з перших літер англійських слів:

S (Strengths) — сильні сторони
W (Weaknesses) — слабкі сторони
O (Opportunities) — можливості
T (Threats) — загрози



Навіщо бізнесові проводити SWOT-аналіз

1 Ви реалістично оціните бізнес

SWOT-аналіз дозволяє об'єктивно подивитися на свою компанію зсередини та ззовні. Це інструмент, який допомагає зібрати всі ключові фактори, що впливають на діяльність, і зрозуміти не лише свої сильні та слабкі сторони, а й що може загрожувати вашому бізнесові і на що ви можете або не можете впливати.

2 Зможете планувати розвиток компанії

Розуміючи свої сильні сторони, ви можете спрямувати ресурси на ті сфери, які приносять найбільшу цінність. Наприклад, якщо вашою перевагою є висока якість продукції, варто зосередитися на комунікації цього аспекту та розширенні асортименту. Також SWOT допомагає побачити можливості на ринку, які можна використати для розширення бізнесу. Це може бути освоєння нових ринків, запуск нової лінійки продуктів або залучення нових сегментів клієнтів.

3 Швидше будете адаптуватися до змін ринку

Розуміючи свої сильні сторони, ви можете спрямувати ресурси на ті сфери, які приносять найбільшу цінність. Наприклад, якщо вашою перевагою є висока якість продукції, варто зосередитися на комунікації цього аспекту та розширенні асортименту. Також SWOT допомагає побачити можливості на ринку, які можна використати для розширення бізнесу. Це може бути освоєння нових ринків, запуск нової лінійки продуктів або залучення нових сегментів клієнтів.

4 Так ви залучите всю команду

SWOT-аналіз не лише допомагає оцінити бізнес із різних сторін, але й активно залучає команду до стратегічного мислення. Команда отримує чітке уявлення про реальний стан бізнесу, його виклики та можливості. Це створює загальне розуміння цілей та пріоритетів. Завдяки участі працівників з різних підрозділів (маркетинг, продажі, виробництво) аналіз стає багатовимірним і об'єктивним.

Як провести SWOT-аналіз

1 Підготуйтеся до аналізу

Для початку — звільніть кілька годин часу. SWOT-аналіз — дуже ефективний метод, хоча й нешвидкий. Далі визначтеся з форматом — онлайн чи офлайн, — і зберіть команду. Включіть представників різних відділів (маркетинг, продажі, виробництво, фінанси). Це дозволить отримати комплексний погляд на бізнес.

Останній крок у підготуванні — приготуйте шаблон для проведення аналізу, в якому ви фіксуватимете всі думки. Завантажити його можна за посиланням нижче.

[Завантажити шаблон](#)

2 Обговоріть сильні сторони вашого бренду

Почніть з обговорення сильних сторін — які ваші конкурентні переваги, що відрізняє вас від інших. Не будьте скромними, згадуйте все, що дійсно вважаєте вашою сильною стороною. Обов'язково залучайте до розмови всіх — так ви зможете отримати більше поглядів на бізнес й знайти максимум переваг. Кожен пункт записуйте в окреме поле граfi «Сильні сторони».

3 Подумайте, як ще посилити ваші переваги

Що ви можете зробити, щоб посилити ваші сильні сторони та зробити їх видимими для клієнта? Обдумайте це питання до кожного вашого пункту та впишіть у відповідну клітинку. Щоб посилення ваших переваг не залишалось просто словами на папері, оберіть відповідального за реалізацію цього підсилення та встановіть дедлайн, вписавши інформацію в потрібні колонки.

4 Обговоріть слабкі сторони вашого бренду

Відверте визнання слабких сторін — це не слабкість, а можливість для зростання. Обговорення слабких місць бренду допомагає виявити зони для покращення та сформулювати стратегії для їх подолання. Ігнорування проблем призводить до їх накопичення. Вчасно виявлені слабкі сторони допомагають уникнути негативних наслідків. Кожен пункт записуйте в окреме поле граfi «Слабкі сторони».

5 Подумайте, як виправити ваші недоліки

Дайте відповідь на питання, що ви можете зробити, щоб нівелювати ваші слабкі сторони або ж навіть перетворити їх на переваги. Яку цінність ви можете створити або надати, щоб це зробити? Впишіть свої думки у відповідні клітинки й так само оберіть відповідального, хто працюватиме над виправленням слабких сторін компанії.

6 Обговоріть можливі загрози

Загрози — дуже важливий блок SWOT-аналізу. Це зовнішні фактори, які можуть негативно вплинути на ваш бізнес. На відміну від слабких сторін, які найчастіше є внутрішніми проблемами компанії, загрози найчастіше виникають через зміни на ринку, дії конкурентів, економічні кризи або нові законодавчі регуляції. Якщо ви знаєте про можливі ризики, ви можете підготуватися заздалегідь. Запишіть усі загрози у відповідну графу.

7 Подумайте, як уникнути загроз чи мінімізувати їхній вплив на компанію

Хоча загрози для бізнесу можуть виникати як зсередини, так і ззовні компанії. І хоча повністю уникнути ризиків неможливо, ви можете зменшити їхній вплив на бізнес, якщо заздалегідь підготуєтесь. Для цього важливо раціонально обдумати, на які загрози ви можете вплинути, а на які — ні. Подумайте, що робити, щоб мінімізувати ризик та що робити у випадку, якщо цей ризик стане реальністю. Впишіть відповіді у відповідні клітинки та призначте відповідального за підготовку до цього етапу.

8 Обговоріть ваші плани та можливості

Цей етап передбачає відкритий діалог про всі потенційні прагнення, амбіції, бажання та нові можливості, які ви ще не реалізували. Це час для ідей, які здаються сміливими або навіть нереалістичними на перший погляд. Впишіть всі можливості у відведені рядки граfi.

9 Подумайте, як зробити можливості реальністю

Ідеї, які здаються недосяжними зараз, можуть стати реальністю при правильному підході. Обговорення нових цілей мотивує команду на досягнення результатів. Прокомунікуйте з командою, що треба зробити, щоб реалізувати ту чи іншу можливість. Призначте відповідального та встановіть реалістичний дедлайн для реалізації.

10 Перегляньте SWOT-аналіз через пів року

Це дозволить вам оцінити, що було зроблено, а що ні, та які результати принесли ваші дії. Окрім оцінки, проведіть новий аналіз через мінімум пів року, щоб розробити наступний вектор зростання вашого бізнесу.

SWOT-аналіз допомагає побачити компанію з різних боків, виявити можливості зростання та уникнути ризиків. Не відкладайте його на потім — використовуйте отримані інсайти для розвитку вашого бізнесу вже сьогодні.

**Успіх не приходить до тих, хто вгадує, а до тих, хто знає.
Використовуйте SWOT-аналіз, щоб бути на крок попереду
конкурентів і впевнено рухатися вперед**

