

# SWOT ANALIZA

Pri izdelavi SWOT analize moramo oceniti kaj je znotraj podjetja tisto, kar je prispevalo k doseženi uspešnosti.

To so lahko:

- proizvodni oziroma prodajni program
- področje trženja
- raziskovalno-razvojno področje
- tehnološko področje
- financiranje
- kadrovski potenciali
- organizacija v podjetju

# SWOT ANALIZA

Zunanja analiza ocenjuje okolje, v katerem podjetje deluje. Okolje je sestavljeno iz več področij:

- družbenoekonomsko področje (ekonomski, demografski, socialni in drugi dejavniki),
- področje znanosti in tehnologije (razvoj znanosti, razvoj tehnologije in tehnike, ipd.),
- področje konkurence (dobavitelji, kupci, novi konkurenti, ipd.) in
- družbenopolitično okolje (zakonodaja, lastniški odnosi, pogoji poslovanja, ipd.).

# Prednosti, slabosti

- Posebne prednosti? Ni jasne strateške usmeritve?
- Ustrezni finančni resursi? Poslabšanje konkurenčnega položaja?
- Primerne konkurenčne veščine? Zastareli pripomočki?
- Dobro mnenje kupcev? Upadanje donosnosti?
- Vodilni položaj na tržišču? Pomanjkanje ključnih veščin?
- Neprimeren način izvajanja strategije?
- Osamitev pred močnimi pritiski konkurence? Dovzeten za pritisk konkurence?
- Stroškovne prednosti? Slab image na tržišču?
- Konkurenčne prednosti? Preozka usmerjenost proizvodne linije?

# Priložnosti in nevarnosti

- Pojav novih tržišč ali segmentov?
- Vstop novih konkurentov?
- Hitrejša tržna rast?
- Naraščanje prodaje substitutnih proizvodov?
- Počasnejša tržna rast?
- Neugodne politike države?
- Rast pritiska konkurence?
- Rastoča pogajalska moč kupcev ali dobaviteljev?
- Spreminjanje potreb želja kupcev ali dobaviteljev?
- Druge?