

Analiza SWOT (Strong, Weaknesses, Opportunities, Threats) **(Puncte tari, Puncte slabe, Oportunități, Amenințări)**

Analiza SWOT pune în lumină **punctele tari și slabe** ale companiei, asociate cu **oportunitățile și amenințările** existente la un moment dat pe piață.

Punctele tari și punctele slabe se referă la companie și la produsele sale, la calitățile intrinseci ale produsului, la resursele umane, materiale și financiare ale companiei (factorii interni), în timp ce oportunitățile și amenințările analizează mediul exterior (factorii externi). Analiza SWOT implică înțelegerea și analizarea punctelor tari și a celor slabe ale ideii de afaceri, precum și identificarea aspectelor care ar putea favoriza sau amenința activitatea companiei pe piață. În acest fel se vor putea valorifica la maxim punctele forte, se vor rezolva deficiențele, se vor valorifica ocaziile favorabile și se vor lua măsuri de diminuare a riscurilor.

Analiza SWOT prezintă pe aceeași pagină cele patru elemente în patru cadrane separate: pe cele două pătrate din partea de sus sunt enumerate punctele forte și cele slabe, iar pe cele din partea de jos – oportunitățile și amenințările.

EX: o societate de turism nou înființată își începe activitatea prin administrarea unui hotel mic in Predeal

<p>PUNCTE FORTE Prețul mic față de prețurile marilor hoteluri; Personal tânăr, calificat; Intim; Posibilitatea de a fi rezervat tot (de un grup mic, sau de o agenție de turism); Organizarea de evenimente: aniversari, botezuri, etc;</p>	<p>PUNCTE SLABE Lipsa renumelui; Nu este cunoscut de agențiilor de turism; Capacitate mica de cazare; Lipsa de experiență a personalului; Lipsă săli de conferințe si piscină.</p>
<p>OPORTUNITĂȚI Interesul mare al turiștilor pentru stațiunea Predeal (atât vara cât și iarna); Facilități fiscale acordate IMM-urilor. Acțiunile guvernului de promovare a turismului românesc pe piața internă și internațională.</p>	<p>AMENINȚĂRI Politica agresivă a marilor hoteluri; Creșterea standardelor de calitate a serviciilor; Schimbarea preferințelor clienților (referitoare la locație sau calitatea serviciilor). Diminuarea puterii de cumpărare a clienților. Credite pe termen lung avantajoase acordate persoanelor fizice</p>

Numele Companiei

Domeniu de activitate

<p>PUNCTE TARI (S)</p>	<p>PUNCTE SLABE (W)</p>
<p>OPORTUNITĂȚI (O)</p>	<p>AMENINȚĂRI (T)</p>