

# SWOT-аналіз

**S**TRENGTHS **W**EAKNESSES, **O**PPORTUNITIES, **T**HREATS



# Визначення сильних та слабких сторін

<b>Параметри оцінки</b>	<b>Сильні сторони</b>	<b>Слабкі сторони</b>
Цілі (стратегічні маркетингові цілі)		
Технологія		
Завдання		
Структура		
Персонал		

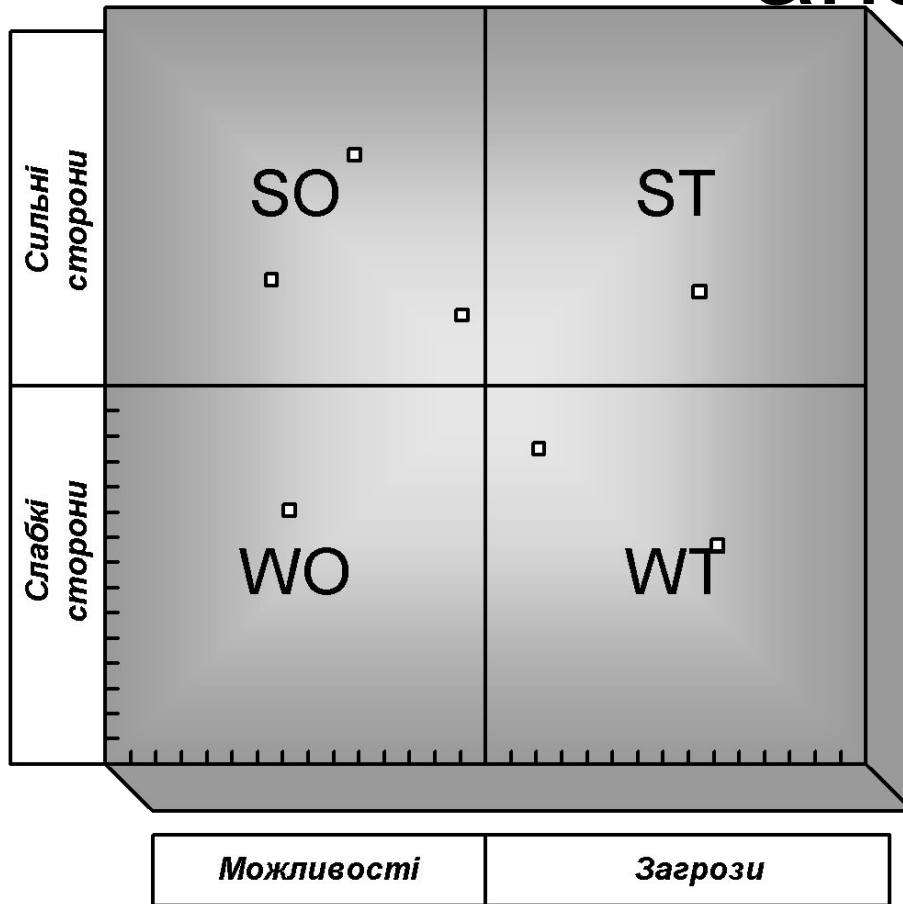
# Визначення ринкових можливостей і загроз для установи

<b>Параметри оцінки</b>	<b>Можливості</b>	<b>Загрози</b>
<b>партнери</b>		
<b>маркетингові посередники</b>		
<b>клієнти</b>		
<b>конкуренти</b>		
<b>контактні аудиторії</b>		
<b>демографічні фактори</b>		
<b>економічні фактори</b>		
<b>природні фактори</b>		
<b>науково-технічні фактори</b>		
<b>політичні фактори</b>		
<b>фактори культурного характеру</b>		

# Матриця SWOT-аналізу

	МОЖЛИВОСТІ	ЗАГРОЗИ
	1. 2. ...	1. 2. ...
СИЛЬНІ СТОРОНИ		
1. 2. ...		
СЛАБКІ СТОРОНИ		
1. 2. ...		

# Методика кількісного SWOT-аналізу



- **SO** – площина абсолютних переваг;
- **WO** – площина непідкріплених можливостей;
- **ST** – площина загроз;
- **WT** – площина абсолютних загроз.