УТВЕРЖАЮ

Генеральный директор

ФИО

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ФИО

«\_\_\_ » \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **Положительные факторы** | **Негативные факторы** |
|  | **Сильные стороны (внутренний потенциал) (S)** | **Слабые стороны (внутренние недостатки) (W)** |
| **Внутренняя среда** | 1) Известность компании.  2) Опыт работы компании на рынке России больше 7 лет.  3) Используемая система обучения новых работников.  4) Установившиеся партнерские отношения с проверенными поставщиками, поставляющими сырье на выгодных для компании условиях.  5) Объёмы продаж  6) Специфика продукта (конкурентоспособность).  7)Востребованность продукта. | 1) Невозможность расширения ассортимента  2) Большая загруженность логистики  3)  Текучесть кадров. |
|  | **Потенциальные возможности (O)** | **Имеющиеся угрозы (T)** |
| **Внешняя среда** | 1) Ненасыщенный рынок России дает практически ничем неограниченные возможности для роста.  2) Привлечение новых клиентов.  3) Расширение географии продаж.  4) Возможность найма квалифицированных кадров (достоянная зарплата, система поощрений) | 1) Сезонность продукта  2) возможность появления конкурентов в будущем. |

**Выводы:** в ходе проведенного SWOT -анализа можно выделить **преобладание сильных сторон (внутреннего потенциала) и потенциальных возможностей развития**. Т.е. компания существует в достаточно стабильных условиях, ее продукт является конкурентоспособным и востребованным, однако не стоит забывать о возможности появления «новоиспеченных» конкурентов на рынке продаж в будущем и о проявлении необходимой гибкости отношений с потенциальными покупателями, тем самым упрочняя свои позиции на рынке.