



واژه **SWOT** از کنار هم قرار دادن حروف اول چهار کلمه **STRENGTHS** (نقاط قوت)، **WEAKNESSES** (نقاط ضعف)، **OPPORTUNITIES** (فرصت‌ها) و **THREATS** (تهدیدها) ساخته شده است.

این آنالیز درست مثل یک چکاپ کامل برای بررسی کسب و کار شماست. چکاپی که به کمک آن، شما می‌توانید وضعیت فعلی کسب و کار خود را بررسی کنید و برنامه‌ریزی موثری داشته باشید.

آنالیز سوات در دو مرحله انجام می‌شود. در مرحله اول، شما باید کسب و کار خود را به کمک ماتریس **SWOT** بررسی کنید و در مرحله دوم، بر اساس این بررسی، یک استراتژی راهبردی (و کاربردی) برای کسب و کار خود تنظیم کنید که به نام **TOWS** شناخته می‌شود.

در وبلاگ نوین بخوانید:

[آنالیز SWOT چیست و چگونه کسب و کارتان را متحول می‌کند؟](#)



# چهار بخش SWOT

نقاط قوت: ویژگی‌های مثبت کسب و کار شما که باعث برتری شما از دیگران می‌شوند.



نقاط ضعف: ویژگی‌های منفی کسب و کار شما که نسبت به دیگران، ضعف محسوب می‌شوند.

فرصت‌ها: عوامل بیرونی که می‌توانید از آنها به نفع کسب و کارتان استفاده کنید.



تهدیدها: عوامل بیرونی که ممکن است به کسب و کارتان آسیب وارد کنند.

در صفحه بعدی شما می‌توانید یک نمونه ساده از تکمیل جدول SWOT برای سایت ساز پرتال را مشاهده کنید.



|  |   |
|--|---|
| <p style="text-align: center;"><b>نقاط ضعف</b></p> <p>کدام بخش‌ها باعث کاهش فروشمان شده و باید بهتر شود؟ از نظر مشتری نقطه ضعف ما چیست و رقبا چه چیز بهتری دارند؟ کدام منابع ما محدود هستند؟</p>               | <p style="text-align: center;"><b>نقاط قوت</b></p> <p>چرا مشتری‌ها ما را انتخاب می‌کنند؟ ویژگی‌های مثبت ما نسبت به سایر رقبا در چیست؟ چه منابعی در اختیار داریم؟</p>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• ساختمان قدیمی با نمای نه چندان خوب</li> <li>• تغییر کردن مداوم کارمندان</li> <li>• فضای نسبتاً محدود کافه</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• قیمت‌های مناسب</li> <li>• حضور در یک منطقه پر رفت و آمد</li> <li>• کیفیت بالای قهوه به لطف تجربه و مهارت بالا</li> <li>• ثبات مالی و سود مناسب</li> <li>• وجود وفاداری در بین مشتریان</li> </ul> |
| <p style="text-align: center;"><b>تهدیدها</b></p> <p>چه عواملی در بازار و محیط وجود دارد که می‌تواند برای ما خطرناک باشد؟ چه تهدیداتی از سوی رقبا وجود دارد؟ آیا نقطه ضعفی داریم که در آینده تهدیدمان کند؟</p> | <p style="text-align: center;"><b>فرصت‌ها</b></p> <p>در بازار و محیط ما چه فرصت‌هایی برای رشد وجود دارد؟ آیا رویدادی هست که برای ما فرصت ایجاد کند؟ آیا نقاط قوت ما برایمان فرصتی می‌سازد؟</p>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• افزایش کافه‌های موجود در محله</li> <li>• وضعیت اقتصادی نامناسب ایران</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• جا افتادن فرهنگ قهوه بیرون‌بر</li> <li>• افزایش توریست‌ها در ایران</li> <li>• شبکه‌های اجتماعی و تاثیر بالای آنها</li> <li>• فرصت تبلیغات بیشتر به لطف سودآوری خوب</li> </ul>                    |

## آنالیز SWOT (سوات)

|          |          |              |
|----------|----------|--------------|
| مخرب     | سازنده   |              |
| نقاط ضعف | نقاط قوت | عوامل درونی  |
| تهدیدها  | فرصت‌ها  | عوامل بیرونی |

تا به اینجا ما به کمک ماتریس SWOT توانستیم وضعیت فعلی کسب و کار خود را بررسی کنیم؛ اما اگر این اطلاعات نتواند ما را به یک استراتژی و برنامه کاربردی برساند، چه فایده‌ای دارد؟ پس ما به یک برنامه‌ریزی خوب و قابل اجرا هم نیاز داریم تا بتوانیم از تحلیل سوات نتیجه خوبی بگیریم.

حالا چگونه می‌توانیم یک برنامه جامع و خوب برای شرکتان تنظیم کنیم؟

تحلیل TOWS، چهار استراتژی مختلف را در اختیار ما قرار می‌دهد. این استراتژی‌ها از ترکیب شاخص‌های مختلف سوات ایجاد می‌شوند و رابطه‌ای میان آنها ایجاد می‌کنند. رابطه‌ای که به ما می‌گوید چگونه باید از نقاط قوت خود استفاده کنیم، بر نقاط ضعف خود غلبه کنیم، از فرصت‌ها بیشترین بهره را ببریم و خطر تهدیدها را کاهش دهیم.

در صفحه بعدی، تعریف این چهار استراتژی برگرفته از ماتریس SWOT و نمونه‌ای از طراحی آنها را مشاهده خواهید کرد. با مشاهده این نمونه بهتر می‌توانید نحوه طراحی استراتژی به کمک ماتریس TOWS را یاد بگیرید.



|  |   |
|--|---|
| <p style="text-align: center;"><b>استراتژی محافظه‌کارانه (WO)</b></p> <p>چگونه می‌توانیم با استفاده از فرصت‌هایی که شناسایی کرده‌ایم، نقاط ضعف کسب و کار خودمان را از بین ببریم یا بهبود ببخشیم؟</p>   | <p style="text-align: center;"><b>استراتژی تهاجمی (SO)</b></p> <p>چگونه می‌توانیم با استفاده از توانمندی‌های داخلی و نقاط قوت کسب و کار خودمان، حداکثر استفاده را از فرصت‌ها ببریم؟</p>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• با توجه به فضای محدود کافه، بد نیست که امکان گرفتن قهوه بیرون‌بر را نیز به مشتریان خود بدهیم.</li> <li>• ما باید برنامه‌های مختلفی برای افزایش سطح رفاه کارمندان خود اتخاذ کنیم. همچنین می‌توان با سپردن شبکه‌های اجتماعی به آنها، احساس تعلق خاطرشان به کافه را افزایش داد.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ما ثبات مالی داریم و می‌توانیم برای رشد بازار خود، یک کمپین تبلیغاتی با هدف جذب توریست‌ها طراحی نماییم.</li> <li>• این امکان وجود دارد که با طراحی یک کمپین مناسب، مشتریان وفادار کافه خود را تشویق به معرفی آن در شبکه‌های اجتماعی کنیم.</li> </ul> |
| <p style="text-align: center;"><b>استراتژی رقابتی (WT)</b></p> <p>چگونه می‌توانیم با بهبود یا از بین بردن نقاط ضعف کسب و کار خودمان، از تهدیدهایی که شناسایی کرده‌ایم در امان باشیم؟</p>   | <p style="text-align: center;"><b>استراتژی تدافعی (ST)</b></p> <p>چگونه می‌توانیم به کمک توانمندی‌ها و نقاط قوت کسب و کارمان، تاثیر تهدیدهایی که شناسایی کرده‌ایم را به حداقل برسانیم؟</p>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• لازم است تعمیراتی را در جهت بهتر کردن فضای داخل و همین‌طور نمای کافه انجام دهیم. به این ترتیب، شانس دیده شدن ما در بین کافه‌های محله بیشتر خواهد بود.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ما باید کمپین‌های تبلیغاتی جذابی را با تمرکز بر روی اقتصادی بودن قیمت‌های خود راه‌اندازی نماییم.</li> <li>• یک استراتژی تخفیف برای مشتریان وفادار خود اتخاذ کنیم.</li> </ul>   |

# چگونه این پرسش‌نامه را تکمیل کنیم؟

در ادامه، ما دو جدول SWOT و TOWS را در اختیار شما قرار خواهیم داد. توجه داشته باشید که این جدول‌ها در همین فایل PDF نیز قابل ویرایش هستند. اما اگر ترجیح شما نوشتن با خودکار است، متن‌های راهنما را پاک کنید، سپس از این پرسش‌نامه پرینت بگیرید و نسخه کاغذی آن را تکمیل نمایید.

حالا بگذارید ببینیم که بهترین استراتژی برای تکمیل این پرسش‌نامه چیست. روش پیشنهادی ما این است که پرسش‌نامه حاضر را در اختیار تمام اعضای تیم خود قرار دهید و از آنها بخواهید با حوصله آن را تکمیل نمایند. سپس طی یک جلسه حضوری، در مورد ایده‌های مختلف بحث و تبادل نظر کنید و در نهایت، دو جدول نهایی را تنظیم کنید. مطمئن هستیم که از نتایج مثبت این کار تیمی، شگفت‌زده خواهید شد.

پیشاپیش امیدواریم که تکمیل این پرسش‌نامه بتواند به شما در شناختن بهتر وضعیت فعلی و اتخاذ تصمیم‌های درست برای کسب و کارتان، کمک کند.



|   |   |
|---|---|
| <h3>نقاط قوت</h3> <p>چرا مشتری‌ها ما را انتخاب می‌کنند؟ ویژگی‌های مثبت ما نسبت به سایر رقبا در چیست؟ چه منابعی در اختیار داریم؟</p>                           | <h3>نقاط ضعف</h3> <p>کدام بخش‌ها باعث کاهش فروشمان شده و باید بهتر شود؟ از نظر مشتری نقطه ضعف ما چیست و رقبا چه چیز بهتری دارند؟ کدام منابع ما محدود هستند؟</p>               |
| اینجا می‌توانید بنویسید...  | اینجا می‌توانید بنویسید...  |
| <h3>فرصت‌ها</h3> <p>در بازار و محیط ما چه فرصت‌هایی برای رشد وجود دارد؟ آیا رویدادی هست که برای ما فرصت ایجاد کند؟ آیا نقاط قوت ما برایمان فرصتی می‌سازد؟</p> | <h3>تهدیدها</h3> <p>چه عواملی در بازار و محیط وجود دارد که می‌تواند برای ما خطرناک باشد؟ چه تهدیداتی از سوی رقبا وجود دارد؟ آیا نقطه ضعفی داریم که در آینده تهدیدمان کند؟</p> |
| اینجا می‌توانید بنویسید...  | اینجا می‌توانید بنویسید...  |



|  |  |
|--|--|
| <p><b>استراتژی محافظه‌کارانه (WO)</b></p> <p>چگونه می‌توانیم با استفاده از فرصت‌هایی که شناسایی کرده‌ایم، نقاط ضعف کسب و کار خودمان را از بین ببریم یا بهبود ببخشیم؟</p> | <p><b>استراتژی تهاجمی (SO)</b></p> <p>چگونه می‌توانیم با استفاده از توانمندی‌های داخلی و نقاط قوت کسب و کار خودمان، حداکثر استفاده را از فرصت‌ها ببریم؟</p>    |
| <p>اینجا می‌توانید بنویسید...</p>  | <p>اینجا می‌توانید بنویسید...</p>  |
| <p><b>استراتژی رقابتی (WT)</b></p> <p>چگونه می‌توانیم با بهبود یا از بین بردن نقاط ضعف کسب و کار خودمان، از تهدیدهایی که شناسایی کرده‌ایم در امان باشیم؟</p>             | <p><b>استراتژی تدافعی (ST)</b></p> <p>چگونه می‌توانیم به کمک توانمندی‌ها و نقاط قوت کسب و کارمان، تاثیر تهدیدهایی که شناسایی کرده‌ایم را به حداقل برسانیم؟</p> |
| <p>اینجا می‌توانید بنویسید...</p>  | <p>اینجا می‌توانید بنویسید...</p>  |

ALI Reza Esteki 0913 301 2080