



Concepte de afaceri în IT

Săptămâna 2

Dosescu Tatiana-Corina

Universitatea Titu Maiorescu



Analiza SWOT

Analiza SWOT este un cadru folosit pentru a analiza factorii interni și externi care pot afecta o afacere.

Acronimul se referă la Puncte tari (**Strengths**), Puncte slabe (**Weaknesses**), Oportunități (**Opportunities**) și Amenințări (**Threats**), iar analiza implică examinarea detaliată a fiecăruia dintre acești factori.

Prin identificarea punctelor tari, punctelor slabe, oportunităților și amenințărilor, afacerile pot lua decizii mai informate și pot dezvolta strategii care capitalizează punctele lor tari, în timp ce diminuează punctele slabe și amenințările.





Strengths & Weaknesses

Punctele tari se referă la factorii interni care contribuie la succesul unei afaceri, cum ar fi o marcă puternică, o bază de clienți loiali, o forță de muncă talentată sau o ofertă unică de produse sau servicii.

Punctele slabe sunt factorii interni care pot împiedica succesul unei afaceri, cum ar fi lipsa de resurse, managementul slab, tehnologia învechită sau un model de afaceri defectuos.





Opportunities & Threats

Oportunitățile sunt factori externi pe care o afacere îi poate valorifica pentru a crește și a avea succes, cum ar fi tendințele emergente ale pieței, noile tehnologii, schimbările în reglementări sau modificările comportamentului consumatorilor.

Amenințările sunt factori externi care pot dăuna unei afaceri, cum ar fi creșterea concurenței, recesiunea economică, schimbările preferințelor consumatorilor sau perturbarea industriei.



Analiza SWOT

Pentru a efectua o **analiză SWOT**, o afacere ar trebui să adune informații despre fiecare dintre acești factori și să creeze o matrice cu patru părți reprezentând punctele tari, punctele slabe, oportunitățile și amenințările. Afacerea poate apoi utiliza această matrice pentru a identifica zonele în care trebuie să îmbunătățească, oportunitățile de urmărit și amenințările de diminuat.

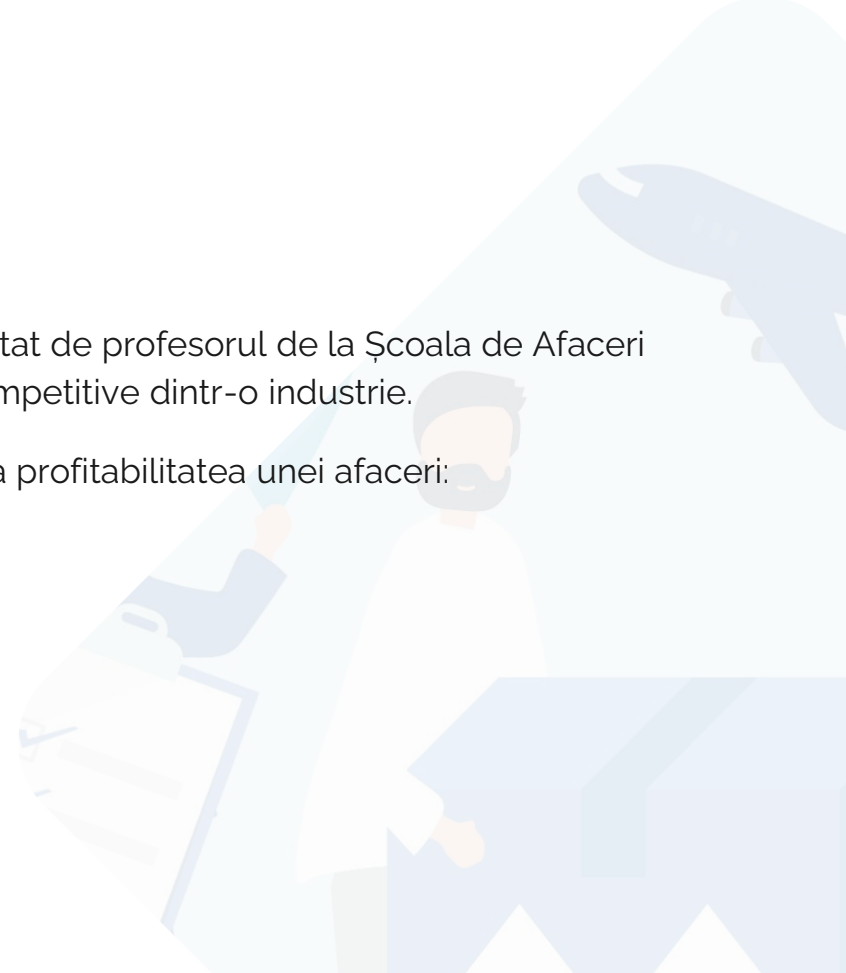




Cele 5 forțe ale lui Porter

Cele cinci forțe ale lui Porter reprezintă un cadru dezvoltat de profesorul de la Școala de Afaceri de la Harvard, Michael Porter, pentru a analiza forțele competitive dintr-o industrie.

Cadrul ia în considerare cinci factori cheie care pot afecta profitabilitatea unei afaceri:

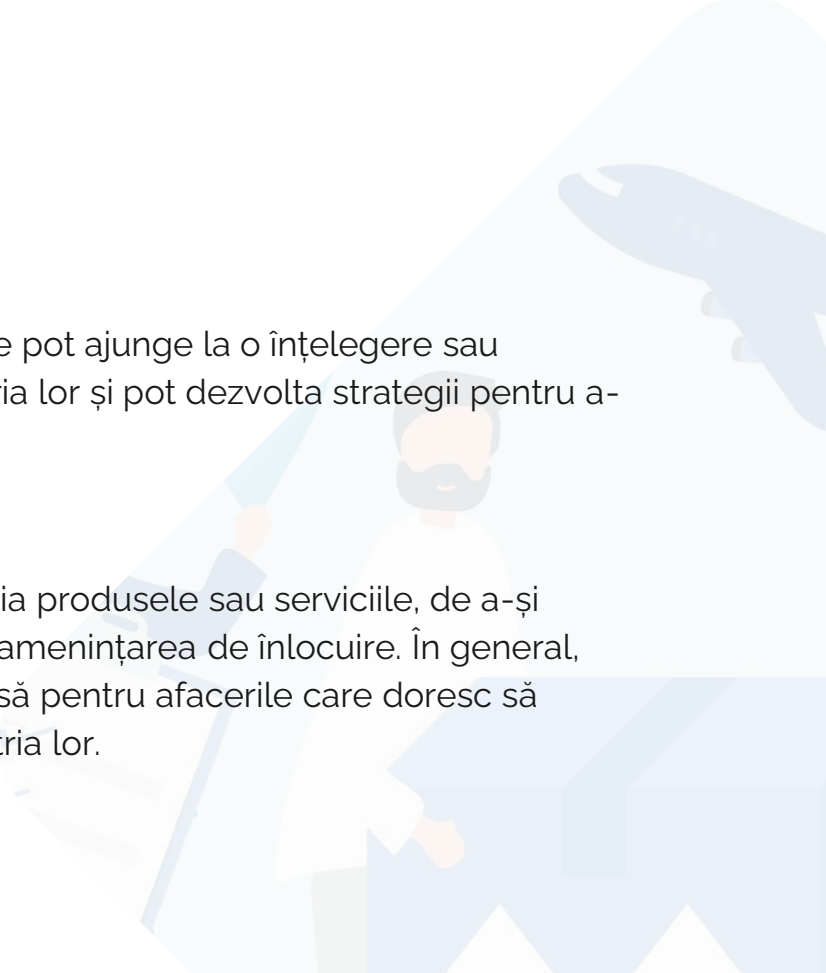
1. **Amenințarea noilor intrați**
 2. **Puterea de negociere a furnizorilor**
 3. **Puterea de negociere a cumpărătorilor**
 4. **Amenințarea substituenților**
 5. **Rivalitatea dintre competitorii existenți**
- 



Cele 5 forțe ale lui Porter

Prin examinarea fiecăreia dintre aceste cinci forțe, afacerile pot ajunge la o înțelegere sau percepere mai obiectivă a peisajului competitiv din industria lor și pot dezvolta strategii pentru a-și îmbunătăți competitivitatea.

De exemplu, afacerile pot căuta modalități de a-și diferenția produsele sau serviciile, de a-și crește puterea de negociere cu furnizorii sau de a reduce amenințarea de înlocuire. În general, **cele cinci forțe ale lui Porter** reprezintă o unealtă valoroasă pentru afacerile care doresc să dezvolte o strategie competitivă și să aibă succes în industria lor.



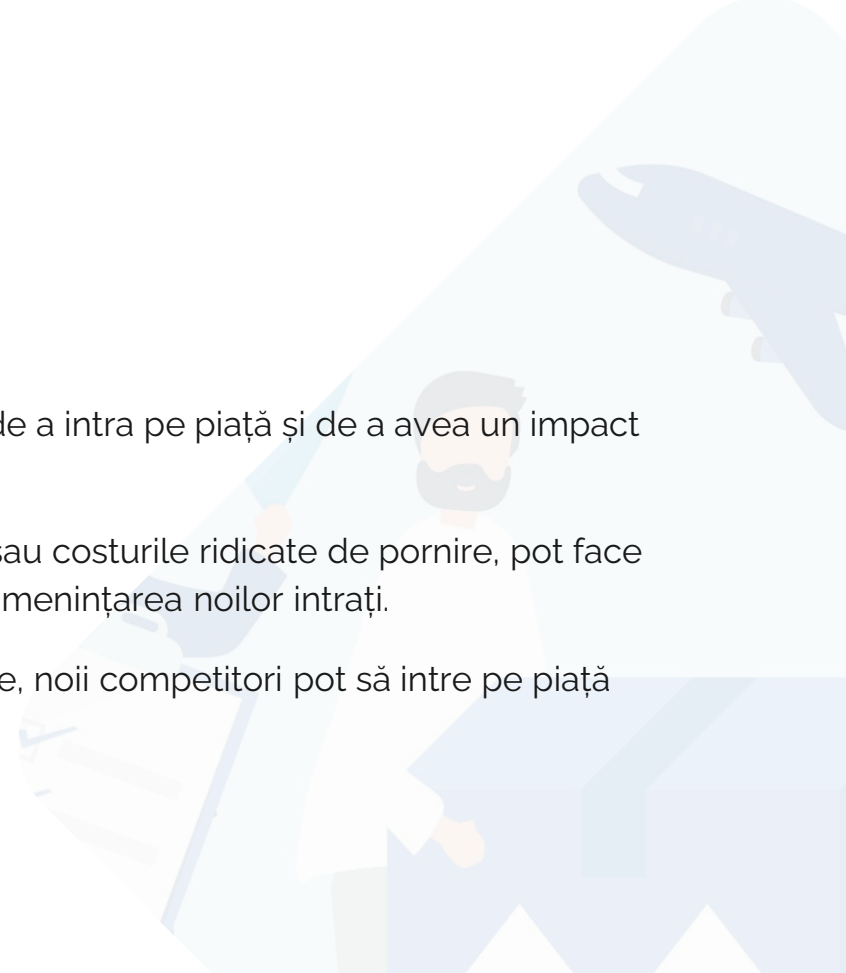


Amenințarea noilor intrați

Această forță examinează potențialul noilor competitori de a intra pe piață și de a avea un impact asupra profitabilității afacerilor existente.

Standardele ridicate la intrare, cum ar fi cerințele legale sau costurile ridicate de pornire, pot face dificilă intrarea noilor competitori pe piață și pot reduce amenințarea noilor intrați.

Cu toate acestea, dacă standardele la intrare sunt scăzute, noii competitori pot să intre pe piață mai ușor și să crească competiția.



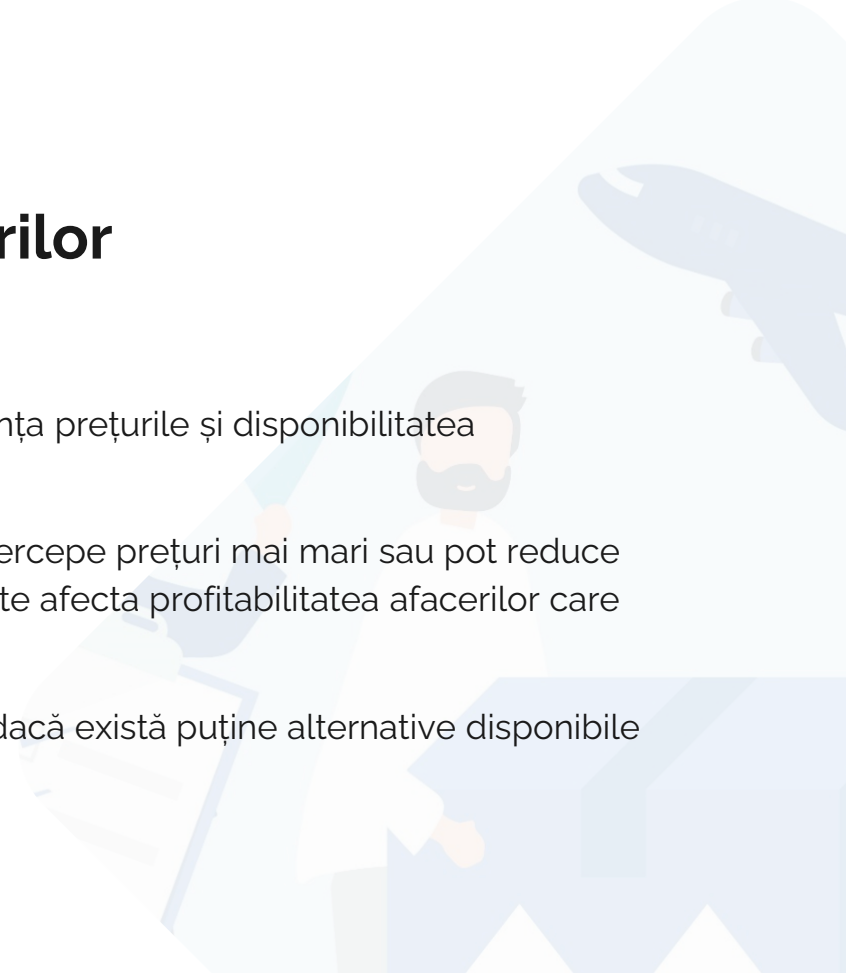


Puterea de negociere a furnizorilor

Această forță examinează puterea furnizorilor de a influența prețurile și disponibilitatea produselor/serviciilor cheie pentru afaceri.

Dacă furnizorii au o poziție de negociere puternică, pot percepe prețuri mai mari sau pot reduce disponibilitatea produselor/serviciilor cheie, ceea ce poate afecta profitabilitatea afacerilor care depind de acele produse/servicii.

Furnizorii pot avea o poziție de negociere mai puternică dacă există puține alternative disponibile sau dacă furnizorul are un produs sau serviciu unic.






Puterea de negociere a cumpărătorilor

Această forță examinează puterea cumpărătorilor de a influența prețurile și disponibilitatea produselor sau serviciilor unei afaceri.

Dacă cumpărătorii au o poziție de negociere puternică, pot cere prețuri mai mici sau condiții mai bune de la afaceri, ceea ce poate afecta profitabilitatea.

Cumpărătorii pot avea o poziție de negociere mai puternică dacă achiziționează în cantități mari, dacă au numeroși furnizori alternativi sau dacă pot trece cu ușurință la un produs sau serviciu înlocuitor.



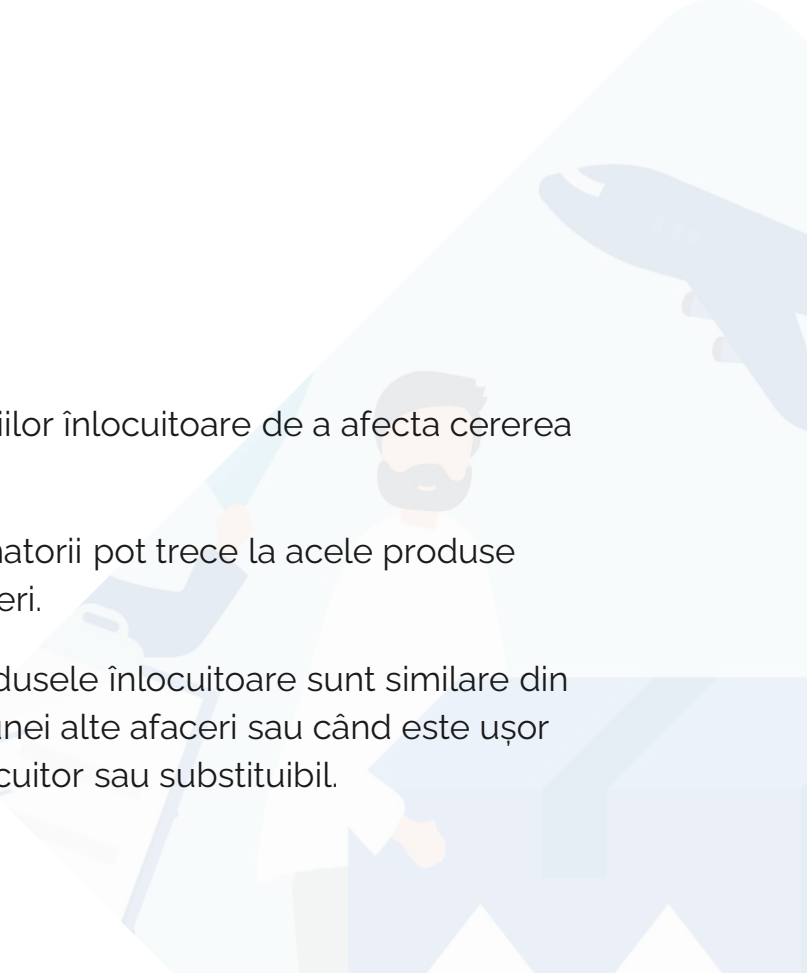


Amenințarea substituenților

Această forță examinează potențialul produselor sau serviciilor înlocuitoare de a afecta cererea pentru ofertele unei afaceri.

Dacă există multe produse înlocuitoare disponibile, consumatorii pot trece la acele produse înlocuitoare și pot reduce cererea pentru ofertele unei afaceri.

Amenințarea substituenților este mai mare atunci când produsele înlocuitoare sunt similare din punctul de vedere al calității și performanțelor cu ofertele unei alte afaceri sau când este ușor pentru consumatori să treacă la un produs sau serviciu înlocuitor sau substituibil.






Rivalitatea dintre competitorii existenți

Această forță examinează nivelul de concurență dintre afacerile existente de pe piață.

Nivelurile ridicate ale concurenței pot duce la competiție de preț, reducerea profitabilității și costuri de marketing crescute.

Factorii care pot crește rivalitatea includ un număr mare de competitori, o creștere lentă a industriei și oferte similare.



Porter 5 forces



Amenințarea noilor intrați

Puterea de negociere a furnizorilor

Puterea de negociere a cumparatorilor

Amenințarea substituentilor



Rivalitatea dintre competitorii existenți

+ Add a card

Swot Analisys

Strengths

Weaknesses

Opportunities



Threats

+ Add a card



Amenințarea noilor intrați

in list [Porter 5 forces](#)

Labels



Notifications



Watching



Description Edit

Amenințarea noilor intrați

Această forță examinează potențialul noilor competitori de a intra pe piață și de a avea un impact asupra profitabilității afacerilor existente.

Standardele ridicate la intrare, cum ar fi cerințele legale sau costurile ridicate de pornire, pot face dificilă intrarea noilor competitori pe piață și pot reduce amenințarea noilor intrați.

Cu toate acestea, dacă standardele la intrare sunt scăzute, noii competitori pot să intre pe piață mai ușor și să crească competiția.

Activity

Show details

DT

Write a comment...

DT

18 minutes ago (edited)

Comment 1

• [Edit](#) • [Delete](#)

DT

18 minutes ago (edited)

Comment 2

• [Edit](#) • [Delete](#)

Add to card



Members



Labels



Checklist



Dates



Attachment



Custom Fields

Add dropdowns, text fields, dates, and more to your cards.



Start free trial

Power-Ups



Add Power-Ups

Automation



Add button

Actions



Move



Copy



Make template



Archive



Share



Trello

- Fiecare echipă trebuie să termine de completat fișa din seminarul de data trecută, pentru firma pe care dorește să o deschidă
- Folosiți **SWOT**, **cele 5 forțe ale lui Porter**, **Marketing mix** și încă **o teorie** la alegere pentru a dezvolta afacerea voastră.