**Внутренняя и внешняя среда производства кондитерской фабрики «Красный Октябрь»**

|  |  |
| --- | --- |
| Внутренняя среда | |
| Сильные стороны | Слабые стороны |
| * Высокое качество продукции, использование премиальных ингредиентов * Уникальные рецептуры и широкий ассортимент * Квалифицированный персонал, опыт работы в премиальном сегменте * Успешная стратегия брендинга и позиционирования на премиальном рынке * Эффективная система управления запасами и логистики * Высокая лояльность сотрудников   Налаженные каналы сбыта и дистрибуции | * Недостаточная автоматизация производственных процессов * Высокая себестоимость продукции, обусловленная ручным трудом и дорогими ингредиентами * Недостаток опыта работы на международном рынке * Слабо развитая система контроля качества на отдельных этапах производства * Недостаток инноваций в рецептурах и упаковке * Недостаточная гибкость в реагировании на изменение рыночного спроса   Зависимость от поставок качественного сырья от небольшого числа поставщиков |
| Внешняя среда | |
| Сильные стороны | Слабые стороны |
| * Рост покупательской способности в премиальном сегменте * Расширение рынка эксклюзивных кондитерских изделий * Возможность выхода на новые рынки (экспорт) * Внедрение новых технологий в производство и упаковку * Развитие партнерских отношений с поставщиками премиальных ингредиентов * Возможность сотрудничества с известными шеф-поварами и ресторанами * Повышение узнаваемости бренда через активное продвижение в социальных сетях   Разработка новых уникальных вкусовых сочетаний и видов конфет | * Увеличение конкуренции со стороны крупных производителей кондитерских изделий * Изменение потребительских предпочтений и снижение спроса на премиальные продукты * Нестабильность цен на сырье и колебания валютного курса * Появление новых, более эффективных технологий производства у конкурентов * Ухудшение экономической ситуации и снижение покупательской способности * Возможные проблемы с соблюдением санитарно-гигиенических норм * Появление негативных отзывов в СМИ и социальных сетях, влияющих на репутацию   Изменения в законодательстве, касающиеся производства и продажи пищевых продуктов |