

Instrukcja wypełnienia analizy SWOT

Analiza SWOT to narzędzie, dzięki któremu firma może zanalizować i rozpoznać własne silne i słabe strony (Strengths i Weaknesses), a także istniejące i potencjalne szanse i zagrożenia (Opportunities i Threats) płynące z otoczenia zewnętrznego. Po zakończeniu, analiza SWOT określa, co może pomóc w realizacji celów firmy (silna strona lub możliwość) lub co może być przeszkodą, którą należy przezwyciężyć lub zminimalizować w celu osiągnięcia pożądanego rezultatu (słaba strona lub zagrożenie).

Tworząc analizę SWOT warto odpowiedzieć sobie na następujące pytania:

MOCNE STRONY	SŁABE STRONY
<ul style="list-style-type: none"> • Korzyści z przedsięwzięcia? • Możliwości? • Przewaga konkurencyjna? • Tzw. USP – unique selling points, czyli unikalne cechy, ważne dla konsumenta, których nie ma konkurencja? • Zasoby, aktywa, ludzie? • Doświadczenie, wiedza, dane? • Rezerwy finansowe, przewidywane zyski? • Marketing – dostępność, dystrybucja, świadomość? • Aspekty innowacyjne? • Lokalizacja i położenie geograficzne? • Cena, wartość, jakość? • Akredytacje, kwalifikacje, certyfikacje? • Procesy, systemy, w tym informatyczne, komunikacja? • Aspekty kulturowe, postawa, postępowanie? • Stan kadry kierowniczej, możliwe awanse i zmiany? 	<ul style="list-style-type: none"> • Wady przedsięwzięcia? • Brak możliwości rozwoju? • Brak siły konkurencyjnej? • Słaba reputacja? • Aspekty finansowe? • Własne, znane wrażliwe punkty? • Nieterminowa realizacja zamówień. • Przepływy pieniężne, brak środków finansowych na nowe przedsięwzięcie? • Nietrwałość łańcucha dostaw? • Zakłócenia podstawowej działalności? • Wiarygodność danych, mała przewidywalność planu? • Aspekty etyczne, brak zaangażowania, słabe przywództwo? • Brak akredytacji, itp.? • Procesy i systemy, itp.? • Stan kadry kierowniczej, możliwe awanse i zmiany?
SZANSE	ZAGROŻENIA
<ul style="list-style-type: none"> • Wydarzenia na rynku? • Słabe strony konkurentów? • Tendencje w branży lub stylach życia? • Rozwój i nowe technologie? • Wpływy globalne? • Nowe rynki, horyzontalne, wertykalne? • Rynki dla produktów niszowych? • Aspekty geograficzne, eksport, import? • Nowe unikalne cechy pojawiających się produktów? • Taktyka – korzystne nieprzewidywalne zmiany na rynku, główne kontrakty, itp.? • Rozwój przedsiębiorstwa i produktu? • Rynek badan, dostępność informacji? 	<ul style="list-style-type: none"> Wpływ polityki? • Zmiany w prawie? • Wpływ środowiska naturalnego? • Rozwój systemów komputerowych? • Zamiary konkurencji? • Możliwa współpraca, przedstawicielstwa, dystrybucja? • Wielkość rynku, pojemność, podaż? • Aspekty związane z sezonowością, pogoda, wpływem mody? • Rosnące wymagania rynku? • Nowe technologie, usługi, pomysły? • Istotne umowy i partnerzy? • Czynniki hamujące rozwój? • Bariery wejścia na rynek? • Nie do pokonania czynniki zewnętrzne? • Utrata kluczowych pracowników? • Brak stałego wsparcia finansowego? • Stan gospodarki – krajowej, zagranicznych? • Sezonowość, wpływ pogody?

Pełnia użyteczności techniki SWOT ujawnia się jednak dopiero gdy poddamy cztery pozornie niezależne grupy czynników analizie wzajemnych powiązań. W praktyce ćwiczenie to sprowadza się do odpowiedzi na serię pytań:

- Czy dana mocna strona pozwoli nam wykorzystać daną szansę?
- Czy dana mocna strona pozwoli nam zniwelować dane zagrożenie?
- Czy dana słaba strona ogranicza możliwość wykorzystania danej szansy?
- Czy dana słaba strona potęguje ryzyko związane z danym zagrożeniem?

Wnioski z Analizy nie mogą być prostym powtórzeniem wymienionych w tabeli mocnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń!. Muszą one wynikać odpowiednio z porównania lewej i prawej strony tabeli, by móc wskazać sposób najpełniejszego wykorzystania mocnych stron i pojawiających się szans w celu zminimalizowania lub zmodyfikowania słabych stron oraz zagrożeń. Jednocześnie wnioski powinny dawać odpowiedź w jaki sposób ograniczyć słabe strony i skutki rozpoznanych i nazwanych zagrożeń.