



- **IME ORODJA**

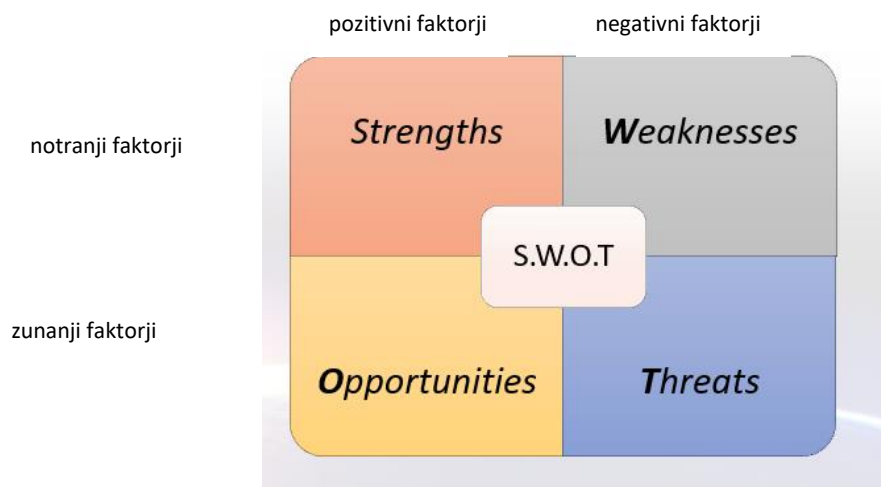
- S.W.O.T. analiza

- **OPIS ORODJA**

- S.W.O.T. analiza (ali matrica) je strukturirano orodje za načrtovanje, ki se uporablja za ocenjevanje prednosti in pomanjkljivosti, priložnosti in groženj, ki so inherenten del projekta ali strateške izbire.

Gre za orodje za poslovno analizo, ki je sedaj postalo mednarodni standard, ki za referenco uporablja prednosti in pomanjkljivosti podjetja ter priložnosti in grožnje trga in konteksta, v katerih podjetje operira. Orodje je uporabno za izdelavo slike o stanju podjetja, pomaga oblikovati in načrtovati najbolj ustrezno strategijo v notranjem in zunanjem kontekstu.

Po pregledu faktorjev zunanjega okolja in notranje organizacije, lahko razvijemo strategije in akcije, ki lahko resnično dosežejo dane cilje.



Slika 1



Da se ustvari SWOT analiza, je dobro nadzirati in pojasniti vse aspekte in pri tem imeti v mislih, da so PREDNOSTI in POMANJKLJIVOSTI notranji aspekti, ki se jih lahko nadzoruje, medtem ko so PRILOŽNOSTI in GROŽNJE zunanji aspekti, ki se jih ne more nadzorovati.

**Prednosti:** Lastnosti podjetja/projekta, ki mu dajejo prednosti pred drugimi podjetji/projekti.

**Pomanjkljivosti:** Lastnosti podjetja, zaradi katerih je podjetje ali projekt v slabšem položaju v odnosu do drugih podjetij/projektov.

**Priložnosti:** Elementi v okolju, ki jih lahko podjetje ali projekt uporabi v svojo prednost.

**Grožnje:** Elementi v okolju, ki bi lahko povzročili škodo za podjetje ali projekt.

- **CILJI ORODJA**

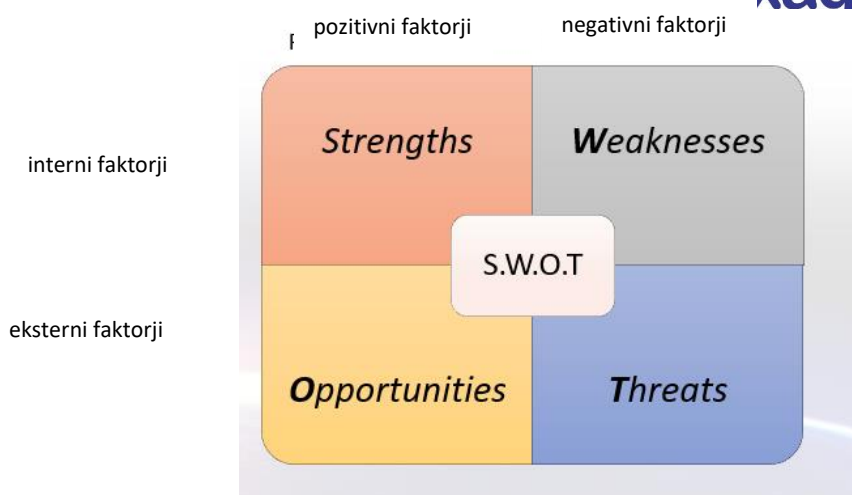
Trije glavni cilji orodja so:

- pridobiti zavedanje o trenutni situaciji v smislu potenciala in tveganj (internih / eksternih)
- identificirati, začenši s točke stanja podjetja, strateške cilje, ki so usklajeni s potrebami podjetja in konteksta, v katerem deluje menedžer
- poznati in uporabiti orodje pri analizi in pri fazi formuliranja strategije



- **POVEZAVA MED ORODJEM IN SPRETNOSTJO**
- Deklinacija analize je postavljena v kontekst strateške organizacije in aktivnosti načrtovanja in je relevantna za to, da prestrežemo resnično uresničljivo strategijo. V praksi identificirajte stanje podjetja, okrog katerega želite zgraditi in implementirati strateške izbire. Te spretnosti morajo imeti menedžerji ki, znotraj podjetij, podpirajo lastnike in / ali upravljalce podjetja pri definiranju srednjeročnih / dolgoročnih strategij, in ki verificirajo njihov vpliv z namenom, da lahko dosežejo pozitivne rezultate. V skladu s tem pristopom je odnos med organizacijo spretnosti, strateškim načrtovanjem in tranzicijo upravljanja jasen.
- **VIRI IN GRADIVA**
- Za eksperimentiranje z orodjem potrebujemo tabelo; glejte sliko 1, ki vsebuje opise različnih kvadrantov in tabelo, v katero menedžerji vpišejo SWOT analizo svojega podjetja. To orodje se lahko prav tako uporablja ob drugih priložnostih, kot na primer, ko se začne izvajati nov projekt, ko se ustanavlja nova poslovna enota, itd.
- **IMPLEMENTACIJA ORODJA**
- Zdi se primerno, da osvetlimo, kako se lahko orodje testira v učilnici ali neodvisno s strani menedžerja, tako da sledimo S.W.O.T. analizi po naslednjih korakih:

# TRAINING TOOL “MANAGING TRANSITION



## **S1: ANALIZA INTERNIH FAKTORJEV: S. + W.**

Dobro je, da ta del identificiramo najprej in neodvisno, potem pa o njem razpravljamo s sodelavcem / menedžerjem / stranko in primerjamo poglede (diskusija pogosto odkrije aspekte, ki jih nismo upoštevali in tako obogati vpise).

## **S2: ANALIZA EKSTERNIH FAKTORJEV: O. + T.**

Potem analizirajte priložnosti ali ugodne aspekte, ki so zunanji in s katerimi lahko pridobite: nove ali nastajajoče trge, tehnološko evolucijo, nove potrebe in nove poslovne tarče, povišanje populacije.

Analiza se konča z identifikacijo groženj ali vzrokov, ki vplivajo na možnosti uspeha projekta / strategije in čigar evolucija vam omogoča, da oblikujete plan za nujne razmere, ki vam lahko pomaga zmanjšati negativni vpliv.

Gre za zelo fleksibilno orodje, ki se lahko uporablja za vse vrste strateških odločitev (za ocenitev lokacij, investicij, strategije za družbena omrežja, strani za e-poslovanje, za združitev, partnerstvo in prevzem, za marketinško strategijo).

# TRAINING TOOL “MANAGING TRANSITION



- **KAJ SE BOSTE NAUČILI**
- Analiza omogoča menedžerju, da uporabi orodje strateškega načrtovanja tako, da začne obravnavati podjetje s 360-stopinjskim pregledom in da opusti izključno operacijsko vlogo. Orodje se lahko uporablja individualno, vendar je bolje, da se uporablja za primerjavo s sodelavci / lastniki. Na ta način, še posebej v začetni fazi menedžerske tranzicije, lahko menedžerji pridobijo informacije in znanje od oseb z boljšimi viri, ki jih bodo podprli da “ostanejo in ukrepajo” s položaja svoje nove vloge znotraj organizacije, z boljšim zavedanjem, tako tehničnim kot organizacijskim – menedžerskim in kulturnim. Dobro je primerjati analize s sodelavci in pri tem imeti podporo sodelavca/tutorja, da se preverita napredek in znanje.