

SWOT analiza

Šta je to SWOT analiza?

Samo ime je skraćena od **S**trengths, **W**eaknesses, **O**pportunities, **T**hreats. Zasniva se na identifikaciji prednosti, tj. Jakih strana, (Strengths), slabosti (Weaknesses), mogućnosti za napredak, šansi (Opportunities), i opasnosti, pretnji (Threats).

Čemu služi i kada se primenjuje?

- **Uže značenje:**

SWOT analiza se primenjuje kao alat za određivanje okvira i mogućih pravaca donošenja strateških odluka a kroz procenu konkurentske pozicije kompanije na tržištu.

- **Šire značenje:**

SWOT analiza je tehnika za određivanje strategije za postizanje optimalnih ciljeva sistema u uslovima donošenja odluka u prisustvu neizvesnosti i u dinamičkom okruženju.

Ovakvo šire značenje se može primenjivati *na personalnom nivou* za postizanje ličnih i profesionalnih ciljeva, *na nivou dela kompanije* za postizanje ciljeva kako izvan tako i unutar kompanije, *na nivou cele kompanije*, *na nivou jednog projekta*, itd.

Metodologija za SWOT analizu

Koraci u sprovođenju SWOT analize su sledeći:

1. Nabrojati unutrašnje faktore sistema – Prednosti i Slabosti koje proističu iz
2. Nabrojati spoljašnje faktore sistema (faktore iz okoline)
3. Locirati nabrojane faktore u dvodimenzionalnom koordinatnom sistemu
4. Identifikovati kvadrant koordinatnog sistema u kome se nalazi posmatrani sistem
5. Analiza trenutno primenjivane strategije
6. Nabranje novih kandidat strategija
7. Analiza i izbor kandidat strategije

1. Nabranje unutrašnjih faktora sistema

Unutrašnji faktori sistema su Prednosti i Slabosti, pa se u cilju ovog nabranja postavljaju dva pitanja:

- Šta su Slabosti (slabe strane) posmatranog sistema?
- Šta su Prednosti (jake strane) posmatranog sistema?

U toku i/ili nakon nabiranja, treba uraditi sledeće:

- Pridružiti težinski faktor svakom od identifikovanih unutrašnjih faktora, i
- Odrediti zavisnosti, relacije, i međusobne efekte između identifikovanih unutrašnjih faktora.

Na primer, identifikovana prednost u nekoj kompaniji je marketing departman koji ima sposobnost da korektno identifikuje potrebe korisnika iako se one stalno i brzo menjaju. Još jedna identifikovana prednost je savremena proizvodna linija koja ima mogućnosti brze rekonfiguracije sa proizvodnje jednog proizvoda na proizvodnju nekog drugog. (*Pitanje: Kako možemo kvantifikovati ove prednosti?*) Međutim, obe ove prednosti mogu totalno biti poništene nemogućnošću postojećeg informacionog sistema da rekonfiguriše tokove informacija i poslovne procese za dovoljno kratko vreme koje je potrebno radi iskorišćavanja potencijala za plasman na tržištu koji se trenutno pojavio.

Takođe, na personalnom planu znanje iz rada na računaru može npr. predstavljati zamenu tj. nadoknaditi nedostatak znanja iz matematike – uspešan programer u zavisnosti od oblasti u kojoj razvija softver ne mora obavezno imati jako predznanje iz matematike.

2. Nabiranje spoljašnjih faktora

Spoljašnji faktori sistema su Mogućnosti (šanse) i Opasnosti (pretnje), pa se u cilju ovog nabiranja postavljaju dva pitanja:

- Šta su Mogućnosti (šanse) koje stoje pred nama?
- Koje su Opasnosti (pretnje) koje su se nadvile nad nas?

Isti pristup kao i kod prethodnog nabiranja (težinski faktori i relacije) treba primeniti i na ovu listu.

Strengths	Weaknesses
Opportunities	Threats

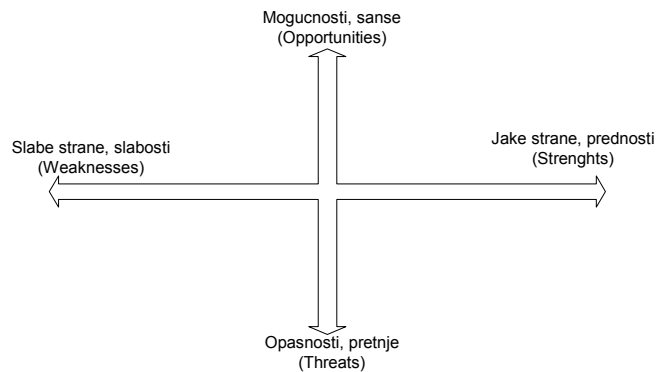
Najčešće greške u 1. i 2. koraku

Nedovoljno obraćanje pažnje na internu odnosno eksternu prirodu pojedinih faktora. Tipično pogrešan pristup: «Prednost je sve što je dobro, Slabost je sve što je loše, Mogućnosti su sve što radimo, a Opasnosti su sve što može upotrebiti protiv nas» - pogrešno jer se na ovaj način prikriva internost-eksternost pojedinih faktora.

Prosto nabiranje bez uzimanja u obzir medjuzavisnosti i relacija.

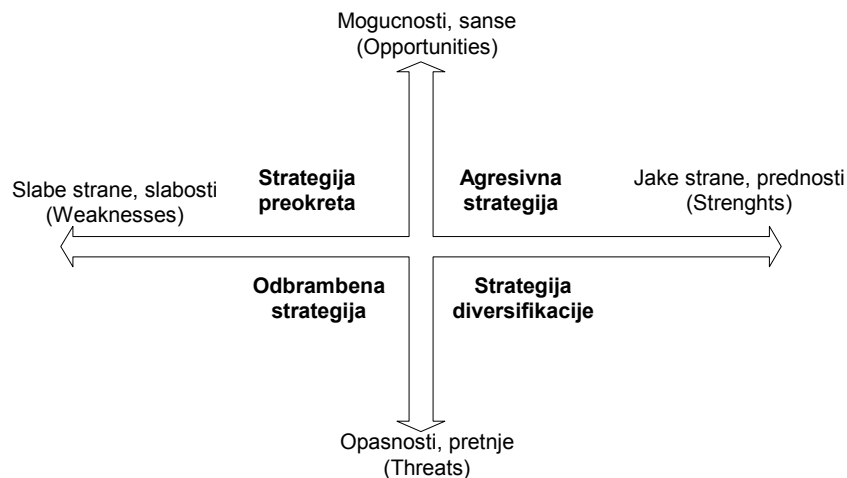
3. Analiza pozicije po dve koordinate

Upoređivanje internih i eksternih faktora i određivanje pozicije na svakoj koordinatnoj osi.



Primer: Neka npr. na jugu Srbije postoji priliv nove radne snage koja zbog nedovoljnog obrazovanja traži slabo plaćene jednostavne poslove u proizvodnji. Ta radna snaga je eksterni faktor. Šansa za zapošljavanja jeftine radne snage je Mogućnost. Razmotrimo sada kompaniju za proizvodnju prehrambenih proizvoda koja ima najsavremeniju liniju za proizvodnju, i koja je locirana u Vojvodini. Ta proizvodna linija je očigledno Prednost (Jaka strana). Međutim, problem je u tome što se Mogućnost i Prednost međusobno poništavaju jer se nalaze na geografski različitim lokacijama, a ni jedna od njih mobilna. Pretpostavimo sada da se glavni konkurent sprema da otvori fabriku za proizvodnju u Vranju.

4. Određivanje pozicije po kvadratima



5. Analiza trenutne strategije

6. Nabranjanje kandidat strategija

Konkurentnost pozicije	Opravdanje	Generičke kandidat strategije	Opis strategije
Agresivna strategija	Iskoristiti Prednosti i Mogućnosti	Koncentrisani rast	
		Razvoj tržišta	
		Razvoj proizvoda	
		Inovacije	
		Koncentrična diversifikacija	
		Diversifikacija kroz konglomerat	
		Kombinovanje kompanija	
		Horizontalna integracija	
		Vertikalna integracija	
		Preokret	
		Kombinovanje kompanija	
		Rasparčavanje	
		Likvidacija	
		Bankrotstvo	

7. Analiza kandidat strategije i selekcija jedne