

“SWOT”- upoznaj sebe i svoju okolinu



Olga Štajdohar Padon,
dipl. ing.

O manje ili više sustavnom analiziranju vlastitih jakih strana, vlastitih slabih strana, prilika koje dolaze iz vanjske okoline i prijetnji koje dolaze iz te iste vanjske okoline. Jake strane se na engleskom zovu *Strengths*, slabe strane *Weaknesses*, vanjske prilike *Opportunities*, a vanjske prijetnje *Threats*, pa odatle i kratica SWOT analiza.

Kao i većina dobrih stvari u životu i ovaj alat je u suštini jednostavan. Treba vam olovka i papir, dobra volja i zdrav razum. I naravno, morate imati neki problem. Mali, veliki, privatni, poslovni, SWOT analiza primjenjiva je uvijek. Ipak, najviše se koristi kod analize postojeće situacije u tvrtki i izvan nje i onoga što zovemo strateškim planiranjem.

Podijelite papir na četiri kvadranta. U njh ćete redom upisivati jake i slabe strane, prilike

i prijetnje. Lijeva dva kvadranta predstavljaju ono što je dobro, desna dva kvadranta ono što je loše, gornja dva kvadranta ono što je vezano uz vas i vašu organizaciju, donja dva kvadranta ono što dolazi iz okoline.

KORISTITE SVE RASPOLOŽIVE PODATKE

Kako popunjavati pojedine kvadrante? Možete redom, jedan po jedan, možete kako vam što padne na pamet, možete sami ili u timu. Pri tome koristite intuiciju, dakle ono što osjećate da znate, ali i informacije koje imate – iz vašeg računovodstva, kadrovske odjela, istraživanja tržišta, statistički podaci koje objavljuje Državni zavod za statistiku, podaci koje ste prikupili o vašoj konkurenciji, iz novina, s televizije... Pomažu određena pitanja.

- Za „S kvadrant” upitajte se:
- Što dobro funkcionira u našoj tvrtki?
- Koje su naše tržišne prednosti?
- Što naši kupci cijene kod nas?

- Što bi naša konkurencija voljela da nemamo?

Na primjer, možda imate odgovarajuće osposobljeno osoblje, dobre odnose s dobavljačima, znanje o proizvodnom procesu. Ako vaši kupci dolaze vama, vlastito parkiralište je velika prednost, ako imate proizvod za kojeg potražnja varira, prikladno skladište je velika prednost. Pobrojite sve čega se možete sjetiti.

- Za „W kvadrant” upitajte se:
- Što ne radimo dobro?
- Što nam nedostaje?
- Što bismo trebali poboljšati?

Nije lako iskreno odgovoriti na ova pitanja, ali je nužno. Na primjer, možda primjećujete kako motivacija zaposlenih opada, možda ste ostali bez nekog dobavljača pa sad ovisite samo o jednom, možda imate pomalo zastarjelu proizvodnu liniju, možda će vam uskoro ključni ljudi otići u mirovinu.

Za „O kvadrant” upitajte se što se događa u vašoj okolini, a što vama ide u prilog. Promjene u zakonodavstvu, promjene u demografskoj strukturi, promjene klime, promjene navika potrošača, promjene u nekoj drugoj industriji koje će povoljno utjecati na vaš posao. Na primjer, kad su majke počele više raditi izvan kuće, porasla je potreba za gotovim i polugotovim jelima, uslugama čišćenja u kući, malim krojačkim popravcima i profesionalnim organiziranjima proslava dječjih rođendana. Kad i kod nas postane zabranjeno prati automobil u vlastitom dvorištu, kao što je to u Švicarskoj, porasti će potreba za autopraonicama. Najava vrućeg ljeta povećava potražnju za klima uređajima, objava podatka o porastu broja oboljelih od raka kože bi trebala povećati potrošnju krema za sunčanje.

Za „T kvadrant” upitajte se što se događa u vašoj okolini, a što bi moglo nepovoljno utjecati na vaš posao. I tu su u pitanju iste stvari kako i u „O kvadrantu” – zakon o zabrani pušenja na javnim mjestima za neke je prilika, a za neke prijetnja. Ali ne zaboravite i one manje globalne prijetnje – ako imate pekariću točno nasuprot škole, a škola od jeseni uvodi školsku kuhinju, to je nešto što ćete morati uzeti u obzir.

ŠTO S TIME?

Da bi se u SWOT analizu uvela određena sustavnost, neki autori predlažu korištenje ovih kategorija:

1. Proizvod – što mi to prodajemo?
2. Proces – kako mi to prodajemo?
3. Kupac – kome mi to prodajemo?
4. Distribucija – kako dosežemo do kupca?
5. Financije – koja je cijena, troškovi i ulaganja?

SWOT analiza je jedan od osnovnih managerskih alata. Naziv je, naravno, kratica i dolazi nam, naravno, iz američkih poslovnih krugova. O čemu se tu radi?