

SWOT ANALIZA

SWOT

SNAGE (Strengths)

Snaga je nešto u čemu je poduzeće uspješno ili neko svojstvo koje pojačava njegovu konkurentnost.

SLABOSTI (Weaknesses)

Slabost je nešto što poduzeću nedostaje ili nešto u čemu je neuspješno (u usporedbi s konkurentima), ili uvjet koji uzrokuje nepovoljan položaj na tržištu.

PRILIKE (Opportunities)

Prilika je povoljan trend ili događaj u okruženju koji poduzeću otvara prostor za nove poslovne mogućnosti.

PRIJETNJE (Threats)

Prijetnja je nepovoljan trend ili događaj u okruženju koji može ugroziti poslovanje poduzeća.

SWOT analiza sagledava snage i slabosti, vanjske prilike i prijetnje sa kojima se suočava poduzeće.

Fokusiranjem na ključne faktore koji utječu na poduzeće, SWOT analiza osigurava osnovicu za ispitivanje performansi i perspektiva poduzeća.

PITANJE: Koje resursne snage i slabosti, vanjske prilike i prijetnje karakteriziraju poduzeće?

SWOT ANALIZA je jednostavan ali moćan alat za vrednovanje resursnih sposobnosti i nedostataka, tržišnih prilika i vanjskih prijetnji budućem blagostanju poduzeća.

Tri koraka SWOT analize (Thompson, Strickland, Gamble, 2005.): Identificirati, zaključiti, provesti strateške akcije

Što se može isčitati iz SWOT analize?

Identificirati resursne snage i konkurentske sposobnosti poduzeća

Identificirati resursne slabosti i konkurentske nedostatke poduzeća

Identificirati tržišne prilike za poduzeće

Identificirati vanjske prijetnje budućem blagostanju poduzeća

Zaključci koji se odnose na opću poslovnu situaciju poduzeća

- Na kojem se mjestu na ljestvici od “alarmantno slabe” do “izvanredno jake” nalazi atraktivnost situacije poduzeća?
- Koji su aspekti situacije poduzeća privlačni – neprivlačni?

Akcije za unapređenje strategije poduzeća

- Koristiti se snagama i sposobnostima poduzeća kao kamenom temeljcem strategije.
- Ići za onim tržišnim prilikama koje su najprimjerenije snagama i sposobnostima poduzeća.
- Korigirati one slabosti i nedostatke koje štete potrazi za važnim tržišnim prilikama ili pojačavaju osjetljivost na vanjske prijetnje.
- Koristiti snage poduzeća za ublažavanje učinka velikih vanjskih prijetnji.

Proces provedbe SWOT analize

1. Identificirati ključne čimbenike u poduzeću i njegovom okruženju, te ih razvrstati u osnovne elemente SWOT analize - snage, slabosti, prilike i prijetnje;

2. Opisati po tri ključna čimbenika za svaki element SWOT analize;

3. Sve čimbenike i elemente staviti u međusobni odnos i razmotriti kako njihovo međusobno djelovanje (S-W, S-O, S-T, W-O, W-T, O-T) utječe na poduzeće;

4. Analizirati mogućnosti pretvaranja identificiranih snaga u slabosti i obrnuto, te prilika u prijetnje i obrnuto;

5. Ocjeniti intenzitet utjecaja svakog pojedinog čimbenika za sve elemente SWOT analize, ocjenom u rasponu od 0 do 10 (0 - nema utjecaja, 10 - vrlo visoki intenzitet utjecaja);

6. Izračunati prosječni intenzitet za svaki element SWOT analize;

Proces provedbe SWOT analize

7. Identificirati ključnu priliku koja poduzeću otvara najviše prostora za nove poslovne mogućnosti;
8. Identificirati ključnu prijetnju koja najviše ugrožava poslovanje poduzeća i ima najveću vjerojatnost ishoda, te na koju poduzeće mora strateški reagirati;
9. Detaljno analizirati ključnu priliku i prijetnju u odnosu na svaki identificirani čimbenik SWOT analize – analizirati međusobne interakcije svih identificiranih čimbenika);
10. U *Tablicu 1: SWOT analiza* navesti identificirane elemente SWOT analize (po 3 snage, 3 slabosti, 3 prilike i 3 prijetnje poduzeća), unijeti pojedinačne ocjene njihovog intenziteta utjecaja i prosječni intenzitet za svaki element SWOT analize, te u *Tablicu 2* unijeti umnoške prosječnih ocjena intenziteta Snaga-Prilika, Snaga-Prijetnji, Slabosti-Prilika i Slabosti-Prijetnji;
11. Izraditi *Grafikon 1: Poligon strategija SWOT analize*;
12. Temeljem prethodne analize opisati strateške preporuke te izraditi *SWOT matricu* s kratkim naznakama o strateškim preporukama.

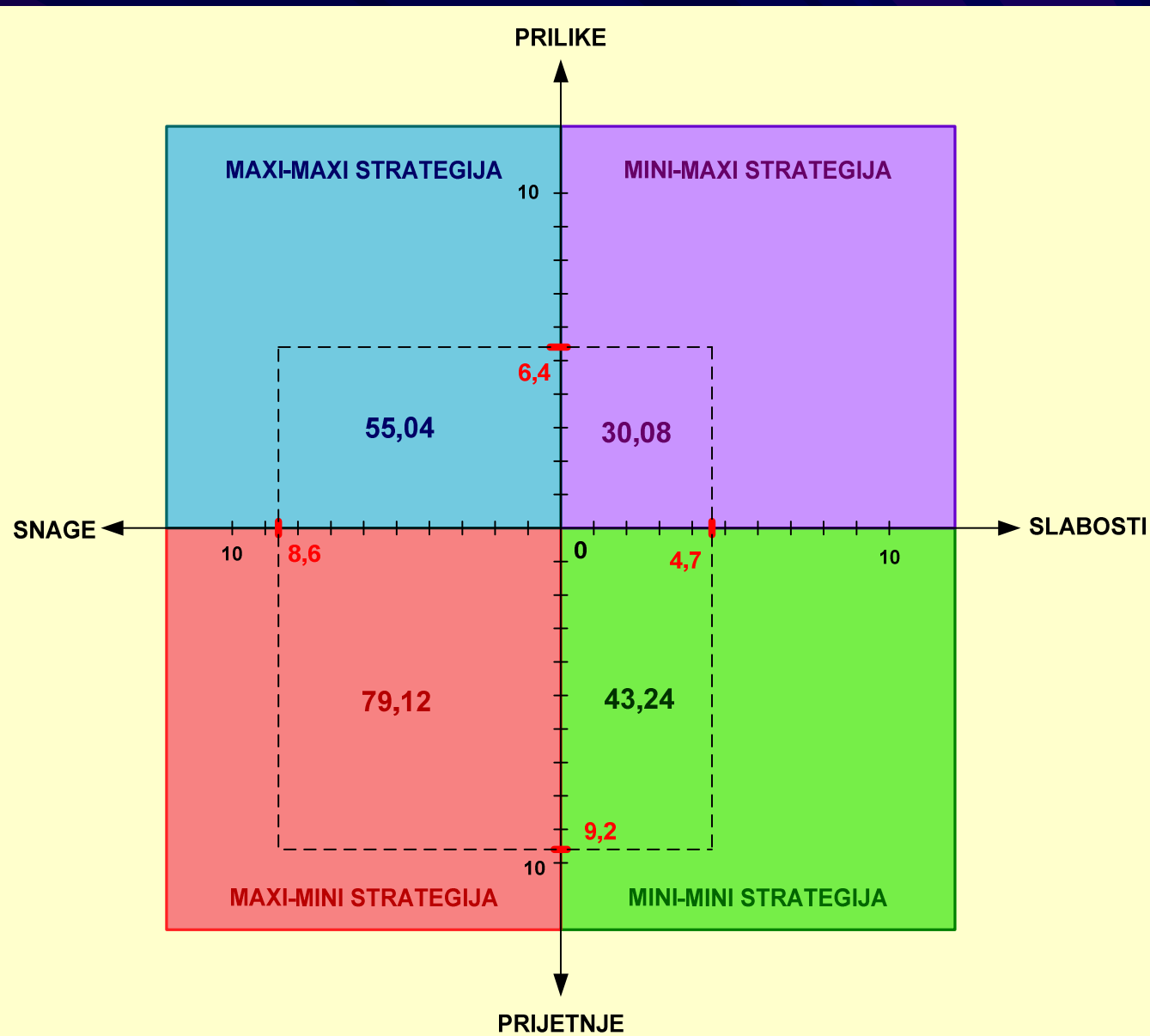
Tablica 1: SWOT analiza

Br.	Elementi SWOT analize	Intenzitet utjecaja
	SNAGE (S)	
1.		
2.		
3.		
	Prosječni intenzitet utjecaja:	
	SLABOSTI (W)	
1.		
2.		
3.		
	Prosječni intenzitet utjecaja:	
	PRILIKE (O)	
1.		
2.		
3.		
	Prosječni intenzitet utjecaja:	
	PRIJETNJE (T)	
1.		
2.		
3.		
	Prosječni intenzitet utjecaja:	

Tablica 2: Umnožak prosječnih ocjena intenziteta elemenata SWOT analiza

	Snage x Prilike	Snage x Prijetnje	Slabosti x Prilike	Slabosti x Prijetnje
Umnožak	<i>(pr. 55,04)</i>	<i>(pr. 79,12)</i>	<i>(pr. 30,08)</i>	<i>(pr. 43,24)</i>

Grafikon 1: Poligon strategija SWOT analize



SWOT matrica i strateške preporuke

	SNAGE (S)	SLABOSTI (W)
PRILIKE (O)	MAXI-MAXI Strategija - SO maksimirati snage da bi se maksimizirale prilike u okolini	MINI- MAXI Strategija - WO minimizirati slabosti da bi se maksimizirale prilike u okolini
PRIJETNJE (T)	MAXI-MINI Strategija - ST maksimirati snage da bi se minimizirale prijetnje u okolini	MINI-MINI Strategija - WT minimizirati slabosti da bi se minimizirale prijetnje u okolini

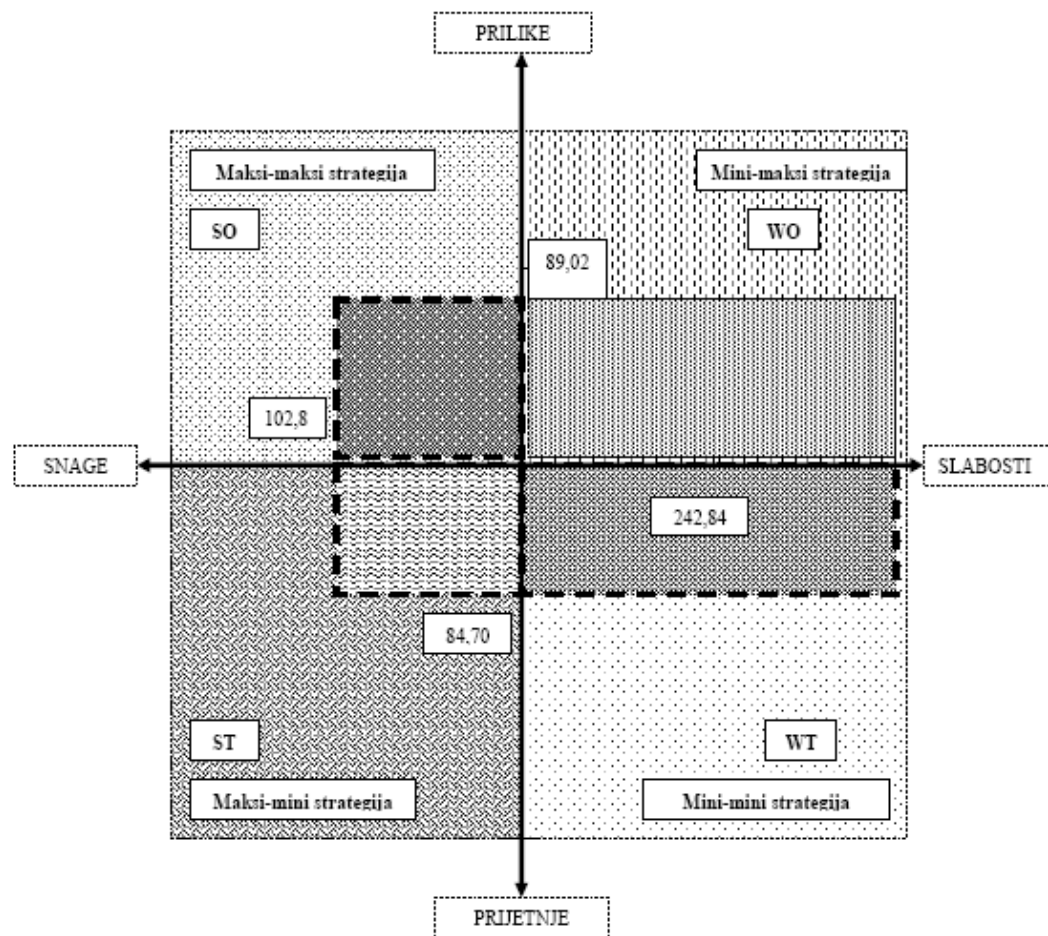
Kombiniranim promatranjem prilika i prijetnji sa slabostima i snagama, identificiramo moguće razvojne strateške situacije iz kojih proizlaze i moguće strategije ponašanja u budućnosti:

- **Maksi-maksi strategija (SO)** - poduzeće raspolaže s jakim snagama i nalazi se u poticajnom okruženju; poduzeće treba razvijati snage i iskoristavati povoljne prilike u okruženju;
- **Mini-maksi (WO)** - poduzeće koje karakteriziraju izražene slabosti a djeluje u okruženju koje nudi povoljne prilike; treba ublažavati ili neutralizirati slabosti u svrhu boljeg iskorištavanja prilika;
- **Maksi-mini (ST)** - poduzeće raspolaže s jakim snagama u nepovoljnom okruženju, poduzeće treba razvijati snage u svrhu minimiziranja nepovoljnih utjecaja iz okruženja;
- **Mini-mini (WT)** - poduzeće koje karakteriziraju izražene slabosti a djeluje u nepovoljnom okruženju treba ublažavati ili neutralizirati slabosti u svrhu minimiziranja nepovoljnih utjecaja iz okruženja;

Primjer poligona strategija SWOT analize

Grafikon 2.17.

Poligon strategija SWOT analize



Primjeri SWOT predložaka

SWOT Analysis Template State what you are assessing here. Please note that these criteria examples relate to assessing a new business venture or proposition. Many listed criteria can apply to other quadrants, and the examples are not exhaustive. You should identify and use any other criteria that are appropriate to your situation.

<p>criteria examples</p> <p>Advantages of proposition? Capabilities? Competitive advantages? USP's (unique selling points)? Resources, Assets, People? Experience, knowledge, data? Financial reserves, likely returns? Marketing - reach, distribution, awareness? Innovative aspects? Location and geographical? Price, value, quality? Accreditations, qualifications, certifications? Processes, systems, IT, communications? Cultural, attitudinal, behavioural? Management cover, succession? Philosophy and values?</p>	<p>strengths</p>	<p>weaknesses</p>	<p>criteria examples</p> <p>Disadvantages of proposition? Gaps in capabilities? Lack of competitive strength? Reputation, presence and reach? Financials? Own known vulnerabilities? Timescales, deadlines and pressures? Cashflow, start-up cash-drain? Continuity, supply chain robustness? Effects on core activities, distraction? Reliability of data, plan predictability? Morale, commitment, leadership? Accreditations, etc? Processes and systems, etc? Management cover, succession?</p>
<p>criteria examples</p> <p>Market developments? Competitors' vulnerabilities? Industry or lifestyle trends? Technology development and innovation? Global influences? New markets, vertical, horizontal? Niche target markets? Geographical, export, import? New USP's? Tactics: eg, surprise, major contracts? Business and product development? Information and research? Partnerships, agencies, distribution? Volumes, production, economies? Seasonal, weather, fashion influences?</p>	<p>opportunities</p>	<p>threats</p>	<p>criteria examples</p> <p>Political effects? Legislative effects? Environmental effects? IT developments? Competitor intentions - various? Market demand? New technologies, services, ideas? Vital contracts and partners? Sustaining internal capabilities? Obstacles faced? Insurmountable weaknesses? Loss of key staff? Sustainable financial backing? Economy - home, abroad? Seasonality, weather effects?</p>

S.W.O.T. ANALYSIS

Use a SWOT analysis to identify the strengths, weaknesses, opportunities, or threats relative to a product, product line, marketing program, or even a whole company. The SWOT analysis lets you focus on specific areas and discover actions that can help build on strengths, minimize or eliminate weaknesses, maximize opportunities, and deal with or overcome threats..

Date of Analysis

Name of Item to be Analyzed

Internal Analysis

STRENGTHS

Ideas for building upon these Strengths.

WEAKNESSES

Ideas for minimizing or strengthening these weaknesses.

External Analysis

OPPORTUNITIES

Ideas for taking advantage of these opportunities

THREATS

Ideas for minimizing or overcoming these threats.