

به نام خداوند کار آفرین

موضوع: آموزش جدول SWOT

جدول SWOT چیست : جدول نقاط قوت ، نقاط ضعف، تهدیدها و فرصت های سازمان

S= Strengths نقاط قوت

W= Weaknesses نقاط ضعف

O= Opportunities فرصت ها

T= Threats تهدیدها

نقاط قوت و ضعف = عوامل درونی سازمان هستند که شامل: منابع مالی ، منابع انسانی ، منابع فیزیکی ، فرایند های تجاری(برنامه های در حال اجرا) است

فرصت ها و تهدیدها = عوامل بیرونی سازمان هستند که شامل: محصولات و تکنولوژی های جدید و تغییر نیاز مخاطب، اتفاقات اقتصادی محلی و ملی و بین المللی ، سرمایه گذاری ، نوع مصرف و نیاز جامعه، ارتباط بین تامین کننده گان و کسب و کار های همکار دیگر ، مسائل سیاسی و محیط زیست، ارتباطات اقتصادی کشور و سازمان های بین المللی است

کاربرد های جدول SWOT

تجزیه و تحلیل SWOT طبق شیوه زیر به برنامه ریزی استراتژیک کمک می کند:

- ۱- یک منبع اطلاعات برای برنامه ریزی استراتژیک است.
- ۲- نقاط قوت سازمان را ترسیم می کند.
- ۳- نقاط ضعف آن را معکوس می کند.
- ۴- واکنش خود را به فرصت ها بیشتر می کند.
- ۵- بر تهدیدهای سازمان غلبه می کند.
- ۶- به شناسایی مهارت های اصلی شرکت کمک می کند.
- ۷- به تعیین اهداف برنامه ریزی استراتژیک کمک می کند.
- ۸- به شناخت گذشته، حال و آینده کمک می کند، به طوری که با استفاده از داده های گذشته و فعلی، می تواند برنامه های آینده را تنظیم کند.

تجزیه و تحلیل SWOT اطلاعاتی را فراهم می آورد که به هماهنگ سازی منابع و قابلیت های شرکت با محیط رقابتی که شرکت در آن فعالیت می کند، کمک می کند

چگونه از جدول SWOT استفاده کنیم؟

استفاده و طرح جدول برای یک سازمان مستلزم شناخت عوامل زیر است .

نقاط قوت :

- کارهایی که شرکت شما به خوبی انجام می دهد.
- ویژگی هایی که شما را از رقیبانتان متمایز می کند.
- منابع داخلی مانند مهارت و دانش کارکنان.
- دارایی های ملموس مانند سرمایه و تکنولوژی.
- علت اصلی مراجعه مشتری به شما نسبت به سایر رقبا.
- فضای سازمان و تجهیزاتی که در اختیار دارید.
- کانال های مختلف درآمدی.
- سرمایه گذاری هایی که برای آینده در نظر دارید.

نکات مهم : صداقت در پاسخگویی، تبادل نظر با کارکنان، تمرکز روی هدف اصلی، در دسترس بودن فهرست نقاط قوت جهت بررسی و اصلاح در هفته های جاری

نقاط ضعف

- چیزهای ضروری که در کسب و کارتان ندارید.
- کارهایی که رقیبان شما بهتر از شما انجام می‌دهند و با استفاده از آن‌ها از شما سبقت می‌گیرند.
- موقعیت نامشخص استراتژیک برای فروش محصول، یعنی محصولی دارید که نمی‌دانید مخاطب اصلی آن چه کسانی هستند و چرا باید محصول شما به محصول مشابه ترجیح بدهند.
- حوزه‌های کاری که در آن با مشکل مواجه هستید.
- عوامل خاصی که شمارا از انجام بهترین عملکرد باز می‌دارد.
- عدم برنامه مشخص برای سرمایه‌گذاری‌های آینده.
- در معرض ریسک بودن علائم تجاری شما یا کپی‌رایت‌ها
- مقررات اداری که مانع پیشرفت شما است
- وجود مشکل برای ثبت حق مالکیت ایده‌ها
- چالش‌های پیش‌رو هنگام فروش محصولات

نکات مهم: عدم قضاوت کارکنان هنگام تبادل نظر، نگاه انتقادانه به کسب و کار خود، عدم ایجاد دلسردی با مشاهده فاکتورهای

ناخوشایند

فرصت‌ها :

- تعداد کم رقیبان در صنعت شما و یا در محصولی خاص
- به وجود آمدن نیازهای جدید در جامعه برای محصولات و سرویس‌های شما
- توانایی ارتباط با جامعه مشتریان از روش‌های مختلف (شبکه‌های اجتماعی، بلاگ و رویدادها و ...)
- دوران رونق اقتصاد منطقه جغرافیایی
- افزایش حمایت‌های سیاسی
- تغییرات مثبت روابط خارج سازمانی با شما
- گسترش جمعیت مخاطبین هدف شما
- نحوه بهره‌مندی از افزایش کاربران یا باشگاه مشتریان
- افزایش قدرت خرید مخاطبان
- بهره‌مندی سازمان از روند‌های جدید کاری

نکات مهم : برای پیدا کردن فرصت‌هایی که رقبای شما نمی‌توانند به آن‌ها دست پیدا کنند، باید خلاقیت داشته باشید، رسیدن به پاسخ سئوالات مستلزم تحقیقاتی است پس عجله نکنید تا به بهترین پاسخ برسید

تهدیدها :

- رقیبان تازه وارد به صنعت
 - تغییر وضعیت اقتصادی جامعه
 - انتشار اخبار منفی و شایعات بر علیه شما
 - تغییر نیازهای افراد جامعه
 - دوران رکود اقتصاد منطقه جغرافیایی
 - کاهش حمایت های سیاسی
 - کاهش جمعیت مخاطبین هدف شما
 - کاهش قدرت خرید مخاطبان
 - بوجود آمدن مشکلات برای شرکا یا فروشندگان شما
 - روند های جدید که ممکن است به کسب و کار شما آسیب برساند
- نکته مهم : از کنار تهدیدات به سادگی نگذیرید و آنها را با هر احتمالی دست کم نگیرید، با دیدن تهدیدات موجود دچار اضطراب نشوید شناخت تهدیدات به مراتب بهتر از آن است که چشمتان را روی آنها ببندید

پس از تهیه ماتریس SWOT ، دید کاملی نسبت به وضعیت شرکت خود به دست می‌آورید و دو مرحله نهایی پیش رو دارید:

- ابتدا بررسی کنید که امکان تطبیق نقاط قوت شما با فرصت‌ها وجود دارد یا خیر؟ به این مفهوم که آیا فرصتی در بازار وجود دارد که با استفاده از نقاط قوت خود بتوانید از آن استفاده کنید و کسب و کار خود را رشد دهید؟
- در مرحله بعدی باید به نقاط ضعف توجه کنید. آیا امکان تقویت نقاط ضعف وجود دارد؟ آیا می‌توان نقاط ضعف را به نقطه قوت تبدیل کرد؟ سؤال اساسی‌تر اینکه آیا باید نقاط ضعف را به نقاط قوت تبدیل کرد یا بهتر است از آن‌ها صرف نظر کرد و فقط روی نقاط قوت تمرکز بیشتری داشت؟ در ادامه پاسخ این سؤال‌ها را بررسی می‌کنیم.

نقاط قوت و ضعف را می‌توانید در یک ماتریس جای دهید که چهار حالت بر اساس میزان اهمیت استراتژیک و قدرت نسبی را شامل می‌شود.

نقاط قوت اصلی

در تصمیم‌گیری‌ها و تعیین استراتژی، اولین مرحله این است که مطمئن شوید از نقاط قوت اصلی خود کامل‌ترین بهره برداری را دارید و بیشترین اثربخشی از این قسمت به دست خواهد آمد.

مدیریت نقاط ضعف اصلی

این قسمت، قسمتی است که بیشتر از هر چیزی باید مراقب آن باشید. تبدیل نقاط ضعف به قوت نیاز به برنامه بلند مدت و یا تغییرات بزرگ است. اما باید تلاش کنید که آسیب پذیری کسب و کارتان را در برابر نقاط ضعف اصلی کاهش دهید.

مهم‌ترین و اغلب موفق‌ترین راهکار برای نقاط ضعف در وظایف اصلی، برون‌سپاری یا واگذاری کار به یک شرکتی خارج از سازمان خود است.

نقاط قوت کم اهمیت

نکته مهم این است که اگر برای این گروه از نقاط قوت، سرمایه‌گذاری خاصی داشته‌اید، از سرمایه‌گذاری بیشتر در آن خودداری کنید. مثلاً اگر برای آموزش مهارت خاصی به کارکنان هزینه می‌کنید و پس از مدتی متوجه شده‌اید که بازدهی کافی وجود ندارد و اهمیت استراتژیک آن نیز بالا نیست، سرمایه‌گذاری را متوقف کنید

منطقه بی تفاوتی

در این قسمت نقاط وضعی قرار می‌گیرند که اهمیت چندانی ندارند و نیاز به تصمیم‌گیری خاصی برای آن‌ها وجود ندارد.

از آنالیز SWOT تا طراحی استراتژی

فهرست نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدات، راهنمای خوبی برای کسب‌وکار شما محسوب می‌شود، اما می‌خواهیم یک گام دیگر به جلو برداریم و از این داده‌ها، در تنظیم استراتژی و برنامه‌هایی که به بهبود کسب‌وکار منجر می‌شوند استفاده کنیم. رویکرد زیر، آنالیز TOWS نام دارد که ارتباط بین چهار قسمت ماتریس قبلی ما است و با ترکیب هر دو بخش، استراتژی‌های قابل اجرایی را در اختیار شما می‌گذارد:

۱- نقاط قوت - فرصت‌ها (SO): از نقاط قوت داخلی خود استفاده کنید تا از فرصت‌ها بهترین مزیت را به دست آورید.

۲- نقاط قوت - تهدیدات (ST): با استفاده از نقاط قوت، تهدیدات را مینیمم کنید.

۳- نقاط ضعف - فرصت‌ها (WO): بهبود ضعف‌ها با استفاده از مزیت فرصت‌ها.

۴- نقاط ضعف - تهدیدات (WT): تلاش کنید به نقاط ضعف خود پایان دهید تا بتوانید بر تهدیدات غلبه کنید.

با این تمرین‌ها به تدریج می‌توانید استراتژی‌های کاربردی بهتری بسازید. به‌عنوان مثال اگر نقطه‌ی قوت تیم شما یک نویسنده‌ی باتجربه است، او را مسئول استفاده از فرصت‌های قوانین مثبت و جدید دولتی کنید. این استراتژی در مدت کوتاهی وضعیت کسب‌وکار شما را بهبود می‌دهد.

پایان آنالیز

زمانی که هر دو تجزیه و تحلیل SWOT و TOWS را به پایان بردید، نگاه دقیق تری به کسب و کار خود خواهید داشت که همراه است با لیستی از استراتژی‌های واقعاً مفیدی که به رشد شرکت شما کمک می‌کند.

اگر برخی از استراتژی‌هایی که تنظیم کرده‌اید، برای بلندمدت هستند، آن‌ها را به مراحل کوچک‌تر تقسیم کنید و زمان اجرای منظم آن‌ها را به تقویم کاری خود وارد کنید.

استراتژی‌های خروجی را همیشه در دسترس نگه‌دارید تا در طول سال و در زمان تصمیم‌گیری‌های مهم، به این اطلاعات مراجعه کنید.