



S.W.O.T. ANALYSIS



S.W.O.T. ΑΝΑΛΥΣΗ

- ▶ Η ανάλυση SWOT είναι ένα εργαλείο στρατηγικού σχεδιασμού που αξιολογεί τους εσωτερικούς παράγοντες μιας επιχείρησης (Δυνατά σημεία - Strengths και Αδύναμα σημεία - Weaknesses) και τους εξωτερικούς παράγοντες του περιβάλλοντός της (Ευκαιρίες - Opportunities και Απειλές - Threats).
- ▶ Σκοπός της είναι να βοηθήσει στην ανάπτυξη στρατηγικών, εντοπίζοντας τι κάνει καλά μια επιχείρηση, πού χρειάζεται βελτίωση, ποιες πιθανές ευκαιρίες υπάρχουν και ποιες απειλές πρέπει να αντιμετωπίσει.



S.W.O.T. ΑΝΑΛΥΣΗ

Ανάλυση Δυνάμεων, Αδυναμιών, Ευκαιριών, Απειλών (SWOT Analysis)

Δυνάμεις (Strengths)	Αδυναμίες (Weaknesses)	Ευκαιρίες (Opportunities)	Πιθανές Απειλές (External Threats)
• Ευέλικτη στρατηγική • Ισχυρή χρηματοοικονομική κατάσταση • Πλεονεκτήματα κόστους • Ισχυρό όνομα-εικόνα στην αγορά • Ικανότητες στη δημιουργία καινοτομικών προϊόντων • Ηγετική θέση στην αγορά • Ισχυρές υπηρεσίες μετά την πώληση • Τεχνολογία προστατευμένη από πατέντες • Αποτελεσματική διαφήμιση • Ποιότητα προϊόντων • Στενές σχέσεις με επιχειρήσεις συμμάχους	• Ασαφής στρατηγική κατεύθυνση • Μεγάλη δανειακή επιβάρυνση • Απαρκαωμένες παραγωγικές εγκαταστάσεις • Εσωτερικά λειτουργικά προβλήματα • Υψηλότερα έναντι των ανταγωνιστών κόστη • Χαμηλή κερδοφορία • Έλλειψη ορισμένων ικανοτήτων που ζητάει η αγορά • Αδυναμίες σε θέματα έρευνας και ανάπτυξης • Πολύ "ρηχή" γραμμή προϊόντων • Αδυναμία στον τομέα του μάρκετινγκ	• Προσέγγιση επιπλέον τμημάτων της αγοράς • Επέκταση σε νέες γεωγραφικές περιοχές • Επέκταση της γραμμής προϊόντων • Μεταφορά ικανοτήτων σε νέα προϊόντα • Καθετοποίηση δραστηριοτήτων • Να αποσπάσουμε μερίδια αγοράς από ανταγωνιστές • Εξαγορά ανταγωνιστών • Στρατηγικές συμμαχίες για είσοδο σε νέες αγορές • Υιοθέτηση νέων τεχνολογιών	• Είσοδος στην αγορά ισχυρών νέων ανταγωνιστών • Απώλεια εσόδων από υποκατάστατα • Επιβραδυνόμενη ανάπτυξη αγοράς • Δυσμενείς αλλαγές σε συναλλαγματικές ισοτιμίες • Επαχθείς οικονομικά νέες κρατικές ρυθμίσεις/ παρεμβάσεις • Αυξανόμενη ισχυροποίηση πελατών ή/και προμηθευτών • Αλλαγή στις προτιμήσεις των καταναλωτών • Δημογραφικές αλλαγές

Προσαρμογή από:

Thompson A.A, M.A, Peteraf J.E, Gamble and A.J, Strickland III, Crafting and Executive Strategy: Concepts and Reading, 20th edition, McGraw-Hill Irwin 2015.

S.W.O.T. ΑΝΑΛΥΣΗ

- ▶ Τα στελέχη των επιχειρήσεων πρέπει:
- ▶ Α) να επιχειρήσουν να εξαλείψουν τις αδυναμίες που εντοπίζονται.
- ▶ Β) να ενδυναμώσουν τα ισχυρά σημεία και να επινοήσουν νέα.
- ▶ Γ) να προστατεύσουν την επιχείρηση από εξωτερικές απειλές.
- ▶ Δ) να επινοήσουν την κατάλληλη στρατηγική, η οποία λαμβάνει υπόψη τόσο τις ευκαιρίες όσο και τις απειλές.



Παράδειγμα

- ▶ Ένα νέο φιλόδοξο τουριστικό και εμπορικό έργο (project) που σχεδιάστηκε από Έλληνες και Τούρκους επιχειρηματίες βρίσκεται ήδη στα πρώτα στάδια υλοποίησης. Το εγχείρημα αφορά τη συνεργασία πολλών τουριστικών και εμπορικών επιχειρήσεων για την ανάπτυξη **χειμερινού τουρισμού στην Κρήτη**. Σύμφωνα με τον στρατηγικό σχεδιασμό, το project στοχεύει σε συνταξιούχους τουρίστες, κυρίως Γερμανούς, οι οποίοι θα μένουν σε ξενοδοχεία 4 και 5 αστέρων για μία εβδομάδα, από τα τέλη Οκτωβρίου έως τα τέλη Απριλίου με πολύ οικονομικά πακέτα, θα συμμετέχουν σε εκδρομές σε όλη την Κρήτη, ενώ θα μεταφέρονται τρεις φορές την εβδομάδα σε συγκεκριμένα εμπορικά καταστήματα στο Ηράκλειο και το Ρέθυμνο για να ψωνίζουν δερμάτινα είδη, χαλιά, υφαντά και κοσμήματα. Ήδη οι κρατήσεις ξεπέρασαν τις προσδοκίες. Ανάλογο πρόγραμμα λειτουργεί πολύ επιτυχημένα εδώ και χρόνια σε άλλους προορισμούς, όπως την Κύπρο και το Ντουμπάι με τη συμμετοχή δεκάδων χιλιάδων ταξιδιωτών. Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις, αν το πρόγραμμα επιτύχει, ο αριθμός των τουριστών που θα έρχεται σε δεύτερη φάση θα διπλασιαστεί και το σχέδιο θα επεκταθεί ώστε μετά τους Γερμανούς να ακολουθήσουν Σκανδιναβοί, Γάλλοι και άλλοι Ευρωπαίοι (πηγή: Εφημερίδα «ΠΑΤΡΙΣ» Ηρακλείου Κρήτης, φύλλο 19/5/17).



Απάντηση

	S: Δυνατά Σημεία	W: Αδύναμα σημεία
ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	1. Ο σχεδιασμός γίνεται από έμπειρους 2. Είναι πρωτότυπο για την Κρήτη 3. Στοχεύει σε μια ηλικιακή ομάδα που έχει διαθεσιμότητα 4. Προσφέρει στο τοπικό εμπόριο 5. Θα συμβάλλει στην απασχόληση 6. Υπάρχουν επαρκείς ποιοτικές υποδομές	1. Δεν υπάρχει εμπειρία τοπικά 2. Σύμπραξη ετερόκλητων εταιρειών 3. Άγνωστο επίπεδο αμοιβαίας εμπιστοσύνης 4. Πιθανές διαφωνίες & εσωτερικός ανταγωνισμός 5. Αδυναμία ουσιαστικού ελέγχου 6. Περιορισμένη δυνατότητα διορθωτικών κινήσεων
	O: Ευκαιρίες	T: Απειλές
ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ	1. Απευθύνεται σε πολλές επιχειρήσεις, διασπορά οφέλους 2. Υπάρχουν καλές προοπτικές 3. Υπάρχει καλή απήχηση στο πρόγραμμα 4. Χαμηλοί μισθοί και κόστος υπηρεσιών 5. Δεν υπάρχει τοπικός ανταγωνισμός 6. Υψηλή διαθεσιμότητα λόγω περιόδου	1. Η οικονομική κρίση 2. Αντιζηλίες μη επιλεγμένων επιχειρήσεων 3. Πιθανή ασυνέπεια εμπλεκομένων 4. Απρόβλεπτες αυξήσεις τιμών 5. Ακυρώσεις πελατών για τρίτες αιτίες 6. Πολιτική / διεθνής αστάθεια

ΑΣΚΗΣΗ ΓΙΑ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ

	Δυνατά Σημεία (Strengths)	Αδυναμίες (Weaknesses)
Εσωτερικό Περιβάλλον	Εξαιρετική εξυπηρέτηση πελατών	Παλιό μενού
	Κεντρική τοποθεσία	Περιορισμένη χωρητικότητα
	Φρέσκα υλικά	Δεν υπάρχει παρουσία στο διαδίκτυο
	Ευκαιρίες (Opportunities)	Απειλές (Threats)
Εξωτερικό Περιβάλλον	Αυξημένος τουρισμός	Νέος ανταγωνισμός
	Δημιουργία νέου μενού	Αυξανόμενο κόστος υλικών
	Διαδικτυακές παραγγελίες	Αλλαγή στην προτίμηση των πελατών

