



A SWOT analízisről röviden

A Stratégia alkalmazási területei



Stratégiai tervezés



Üzleti tervezés



Projekt menedzsment



Személyes fejlődés

A SWOT analízis egy olyan stratégiai eszköz, amely segít feltérképezni egy vállalkozás, termék vagy projekt erősségeit, gyengeségeit, lehetőségeit és veszélyeit.

Ezzel az elemzéssel átfogó képet kaphatunk a jelenlegi helyzetről, és megalapozott döntéseket hozhatunk a jövőre nézve.

A SWOT-tal azonosíthatjuk, hogy miben vagyunk jobbak a versenytársainknál, hol vannak hiányosságaink, milyen lehetőségeket érdemes megragadni a növekedéshez, és milyen külső tényezők jelentenek fenyegetést.

Az elemzés eredményei alapján kidolgozhatunk egy olyan stratégiát, amely kihasználja az erősségeinket, csökkenti a gyengeségeinket, kiaknázza a lehetőségeket és minimalizálja a veszélyeket.

A SWOT analízis nemcsak a vállalati szférában, hanem személyes fejlődésben, projektmenedzsmentben és egyéb területeken is hasznos eszköz lehet.

Rendszeres alkalmazásával folyamatosan fejleszthetjük a vállalkozásunkat és hatékonyabban reagálhatunk a változó környezetre.

Kompetencia / szaktudás

- Analitikus gondolkodás
- Kritikus szemlélet

Javasolt cégméret

- Nagyvállalatok
- KKV-k
- Kisvállalkozások



A SWOT analízissel elérhető **előnyök**

Átfogó helyzetkép

A SWOT analízis egy olyan "röntgenfelvétel", amely segít a vállalkozásnak, terméknek vagy projektnek egy teljes körű képet alkotni. Az erősségek, gyengeségek, lehetőségek és veszélyek azonosításával pontosan láthatjuk, hogy hol tartunk, és hol van még fejlesztendő terület.

Stratégiai tervezés alapja

A SWOT analízis eredményei alapján hatékonyabb stratégiákat alakíthatunk ki. Az erősségeinkre építve kihasználhatjuk a lehetőségeket, miközben minimalizáljuk a gyengeségeinket és a külső veszélyeket.

Döntéshozatal támogatása

Az elemzés segít megalapozott döntéseket hozni, hiszen átláthatóvá teszi a különböző lehetőségeket és kockázatokat.

Kommunikációt segíti

A SWOT analízis eredményeit könnyen megérthető formában lehet bemutatni, így segít a különböző részlegek közötti kommunikációban és a konszenzus kialakításában.

Átfogó helyzetkép

A SWOT analízis egy olyan "röntgenfelvétel", amely segít a vállalkozásnak, terméknek vagy projektnek egy teljes körű képet alkotni. Az erősségek, gyengeségek, lehetőségek és veszélyek azonosításával pontosan láthatjuk, hogy hol tartunk, és hol van még fejlesztendő terület.

Stratégiai tervezés alapja

A SWOT analízis eredményei alapján hatékonyabb stratégiákat alakíthatunk ki. Az erősségeinkre építve kihasználhatjuk a lehetőségeket, miközben minimalizáljuk a gyengeségeinket és a külső veszélyeket.

Döntéshozatal támogatása

Az elemzés segít megalapozott döntéseket hozni, hiszen átláthatóvá teszi a különböző lehetőségeket és kockázatokat.

Kommunikációt segíti

A SWOT analízis eredményeit könnyen megérthető formában lehet bemutatni, így segít a különböző részlegek közötti kommunikációban és a konszenzus kialakításában.

Folyamatos fejlesztés alapja

A SWOT analízis nem egy egyszeri feladat, hanem egy folyamatos folyamat. Rendszeres alkalmazásával folyamatosan fejleszthetjük a vállalkozásunkat és alkalmazkodhatunk a változó környezethez.

Önbizalom növelése

Az erősségek azonosítása önbizalmat adhat a vállalat vezetőinek és a munkatársaknak.

A SWOT analízis hátrányai

Szubjektivitás

Az eredmények nagymértékben függnek az elemzők szubjektív véleményétől és tapasztalataitól. Fontos, hogy több szemszögből is megvizsgáljuk a kérdéseket.

Nem ad konkrét megoldásokat

A SWOT analízis felhívja a figyelmet a problémákra és a lehetőségekre, de nem ad konkrét megoldásokat. A megoldások kidolgozása további lépés.

Időigényes

Egy alapos SWOT analízis elkészítése időigényes lehet, különösen nagyvállalatok vagy komplex projektek esetén.

Statikus kép

A SWOT analízis egy adott időpontban készített felvétel, a körülmények folyamatosan változnak. Ezért rendszeres frissítésre van szükség.

Túl nagy hangsúly a negatívumokon

Ha túlságosan a gyengeségekre és a veszélyekre koncentrálunk, az demotiválhatja a csapatot. Fontos az egyensúly megteremtése a pozitív és negatív tényezők között.

Alkalmazásának időigénye

Egy egyszerű SWOT-analízis 1-2 óra alatt elkészíthető.

Ha azonban több termékcsoportot, divíziót vagy üzleti egységet szeretnénk elemezni, akkor az időigény jelentősen megnőhet.

Külső hivatkozások

ResearchGate: Egy közösségi platform, ahol kutatók töltenek fel és osztanak meg tudományos publikációkat. A SWOT-elemzéshez kapcsolódó kutatások széles választékát találhatod itt.

Google Tudós: A tudományos publikációk legnagyobb keresőmotorja. Itt cikkek, tanulmányok és könyvek ezreit találhatod a SWOT-elemzésről.

Használható szoftverek és eszközök

Visual Paradigm - Comprehensive diagramming tool with robust SWOT analysis capabilities.

MindManager - Mind mapping software to visualize and organize SWOT analyses.

Lucidchart - Web-based diagramming app for creating SWOT analysis diagrams and collaborating in real-time.

SmartDraw - Intuitive diagramming tool with specialized SWOT analysis templates.

Creately - Versatile diagramming and visualization tool with SWOT analysis templates.

Kulcsszavak

SWOT, erősségek, gyengeségek, lehetőségek, veszélyek, stratégiai tervezés, elemzés



A SWOT analízis története

Kezdetei a Stanford Egyetemen az 1960-as években

A SWOT analízis, mint olyan, nem egy ember műve, a gyökerei az 1960-as évekre nyúlnak vissza. Akkoriban kezdett el egy kutatócsoport a Stanford Egyetemen, **Robert Stewart** vezetése alatt a vállalati tervezéssel foglalkozni.

A 60-as években a vállalkozásoknak komoly gondot okozott a hosszú távú tervezés, mert a piac és a környezetük is egyre gyorsabban változott. Kellett valami módszer, ami segít átlátni a helyzetet.

A Stanford kutatói több mint 500 vállalatot vizsgáltak meg, és keresték a sikeres tervezés kulcsát. Ennek a munkának az eredményeként született meg egy koncepció, amit "Soft Analysis"-nek neveztek el. Ez a módszer már tartalmazta a SWOT alapvető elemeit, de még nem ebben a formában.

A "SWOT" mozaikszó – az 1980-as években kezdett elterjedni.

Általában **Albert Humphrey** nevéhez kötik, aki egy amerikai üzleti tanácsadó volt, aki sokat foglalkozott a vállalati stratégia fejlesztésével. Bár Humphrey nem "találta fel" a SWOT-ot, de nagyban hozzájárult a népszerűsítéséhez és a mai formájának kialakításához.

Miért is hozták létre?

A válasz egyszerű: hogy a cégek (és akár magánszemélyek is) jobban megértsék a helyzetüket és hatékonyabban tudjanak tervezni. A SWOT segít összegyűjteni és rendszerezni azokat a tényezőket, amelyek befolyásolják a sikert.



A SWOT analízis bemutatása

A SWOT analízis egy igen hatékony elemzési technikát jelent. Segítségével elemezhetjük és megérthetjük egy vállalkozás vagy termék jelenlegi helyzetét. Erre alapozva pedig megtervezhetjük a jövőbeli stratégiánk lépéseit.

Az elemzésből kapott információk a belső és külső folyamatok javításának alapköveit képezhetik a marketing stratégia vonatkozásában.

A SWOT elemzés lényege

A SWOT egy olyan elemzési technika, amivel egy cég, termék, ötlet vagy projekt életképességét vizsgáljuk meg. Feltérképezi az elemzés tárgyának az erősségeit, gyengeségeit, lehetőségeit és veszélyeit. A stratégiaalkotás egyik fontos eszköze lehet.

A SWOT elnevezés jelentése

Az elemzés során vizsgált négy terület angol elnevezéseinek kezdőbetűiből tevődik össze:

- **Strengths** – erősségek
- **Weaknesses** – gyengeségek
- **Opportunities** – lehetőségek
- **Threats** – veszélyek

A 4 területet 2 kategóriába rendezi

- **Belső tényezők** – ezekre van ráhatásunk. Ide tartoznak az erősségek (S) és a gyengeségek (W).
- **Külső tényezők** – ezekre nincs közvetlen ráhatásunk, mert a hatáskörünkön kívül esnek. Ilyenek a lehetőségek (O) és a veszélyek (T).





Az "Erősségek" feltérképezése

A vállalkozásuk vagy az azon belüli projektünk erősségeinek megkeresésében a következő kérdések segíthetnek:

Mit csinálunk jobban, mint a konkurencia?

- Milyen egyedi értéket nyújtunk az ügyfeleinknek?
- Milyen versenyelőnyünk van a piacon?

Mi az a speciális tudásunk, amivel mások nem rendelkeznek?

Miért szeret minket a célközönség?

- Milyen pozitív visszajelzéseket kapunk az ügyfeleinktől?
- Milyen értékeket képviselünk, amelyekkel azonosulnak az ügyfeleink?

Milyen lojalitási programok működnek?

Hogyan hasznosítsuk az erősségeinket?

- Fókuszáljunk rájuk: Koncentráljunk azokra a tevékenységekre, amelyekben a legjobbak vagyunk.
- Fejlesszük őket: Keressünk új lehetőségeket az erősségeink kiaknázására.
- Kommunikáljuk őket: Mutassuk meg a világnak, miben vagyunk egyedülállóak.

A SWOT szerint az erősségek belső tényezők, ezért tudunk rájuk alapozni, tervezni, építeni.



A "Gyengeségek" feltérképezése

Ide soroljuk azokat a negatív faktorokat, amik gyengítik az erősségeinket. Ezeket érdemes folyamatosan monitorozni.

- Nem kellően képzett a team-ünk, szükség lenne a képzésükre?
- Nem ideális a vállalkozásunk geológiai helye?
- Vannak-e belső működési problémáink?
- Leterheltek a munkatársaink?
- Romlik a kivitelezés minősége?
- Miért nem tudjuk tartani a határidőket?
- Min csúszik el általában egy deal?
- Gyenge reputáció
- Tőkehiány

- Mi akadályozza a növekedésünket?
- Milyen területeken vagyunk elmaradva a versenytársaktól?
- Milyen belső folyamataink nem hatékonyak?
- Milyen erőforrásaink korlátozottak?
- Milyen belső konfliktusok vannak a csapatban?
- Milyen kritikát kapunk az ügyfeleinktől?
- Milyen hibákat ismételgetünk?
- Milyen kockázatokat hordoz az üzleti modellünk?
- Szabályozási és jogi dolgok akadályoznak minket?

Miért fontos a gyengeségek azonosítása?

A gyengeségek feltárásával megérthetjük, hogy hol kell fejlesztenünk, hogy erősítsük a vállalkozásunkat. Az azonosított gyengeségek megszüntetésével csökkenthetjük a kockázatokat és növelhetjük a versenyképességet.

Hogyan kezeljük a gyengeségeket?

- **Priorizáljuk:** Nem minden gyengeség egyformán fontos. Azonosítsuk a legnagyobb problémákat.
- **Készítsünk cselekvési tervet:** Határozzuk meg, hogy milyen lépéseket kell tennünk a gyengeségek megszüntetéséhez.
- **Kérjünk külső segítséget:** Ha szükséges, vonjunk be külső szakértőket a problémák megoldásába.
- **Legyünk türelmesek:** A gyengeségek megszüntetése időigényes folyamat lehet.

Fontos megjegyezni: A gyengeségek azonosítása nem azt jelenti, hogy a vállalkozás sikertelen. Sőt, éppen ellenkezőleg, az őszinte önértékelés segít abban, hogy a vállalkozás még sikeresebb legyen.



A "Lehetőségek" feltérképezése

Olyan külső tényezők egy üzleti területnek, amik potenciálisan hozzájárulhatnak a sikerünkhöz. Ezekre nincs közvetlen ráhatásunk, de meglovagolhatjuk őket. Nézzünk is rá példákat:

- Lehet piaci növekedésre számítani az iparágunkban?
- Várható valamilyen szociális vagy populációs változás, amit ki lehetne aknázni?
- Származhat e valamilyen előnyünk a legújabb technológiai fejlődésekből, fejlesztésekből?

Nem keverhetjük össze a lehetőségeket a gyengeségekkel. Ez sokszor megtörténhet és borítja az analízisünket.

Például: a "Belső- és ügyfél kommunikáció javítása" hangozhat lehetőségnek, de valójában egy gyengeségünkre hívja fel a figyelmet.

A "Lehetőségek" egy külső tényező: nincs rá direkt hatásunk. Arra viszont van, hogy az account és project managereink hogyan kommunikáljanak az ügyfelekkel.

Tehát használjuk inkább a "Nem megfelelő kommunikáció" kifejezést, és tegyük át a gyengeségek listájára.



A "Veszélyek" feltérképezése

A "Veszélyek" szintén külső elemek, amik felett nincs kontrollunk. Nézzünk ezekre is példákat:

- Növekvő és erősödő konkurencia
- Változó vásárlói magatartás
- Beszállítói kapacitás csökkenése
- Munkaerő hiány
- Politikai, gazdasági viszonyok változása
- Bármilyen negatívum befolyásolhatja, veszélyeztetheti az üzlet vagy projekt sikerességét, ide tartozik. De ha tudatosan előre készülünk rájuk, előre kidolgozhatjuk a válság stratégiánkat.

Nem feltételezésekre alapozva listázzuk a belső és külső tényezőket, használjunk valós adatokat, így objektív marad az elemzés.

Használhatunk saját statisztikákat az előző időszakokból, kérdezzük ki cégünk tagjait és mindenképpen elemezzük a célközönségünk feedback-jét.

Az iparágra jellemző trendeket is figyelembe kell vennünk, és a konkurenciát is elemezni kell.

A SWOT elemzés fogja egyértelműen elénk tárni, hogy mik a vállalkozásunk és termékeinek fő erősségei, gyengeségei, lehetőségei és veszélyei.

Ezek fényében pedig látni fogjuk, milyen területekre támaszkodhatunk és hol kell javítanunk, mire kell felkészülnünk és optimalizálnunk.



Fontos a hatékony SWOT analízishez



Együttműködés

A SWOT elemzést érdemes egy csapatban végezni, hogy különböző nézőpontokat kapjunk.



Konkrét és mérhető tényezők meghatározása

Az erősségek, gyengeségek, lehetőségek és veszélyek leírásakor legyünk konkrét és mérhető.



Rendszeres frissítés

A SWOT analízist érdemes rendszeresen felülvizsgálni, hogy a változó körülményekhez alkalmazkodjunk.



Vizuális ábrázolás

A SWOT mátrix segítségével könnyebben átláthatjuk az eredményeket és az összefüggéseket.



Őszinteség

Ne szépítsuk a valóságot, legyünk mindenben őszinték. A magunk érdeke is ezt kívánja, csak így kaphatunk tiszta, valós képet a cégünkről, termékünkről vagy magunkról.



A SWOT analízis lépései

Csapat összeállítása

Érdemes egy olyan csapatot összeállítani, amely különböző területek szakértőiből áll.

Az elemzés tárgya

Határozzuk meg, hogy mit szeretnénk elemezni (vállalkozás, termék, projekt stb.).

Az erősségek, gyengeségek, lehetőségek és veszélyek azonosítása

Egy brainstorming során gyűjtjük össze az összes releváns tényezőt.

Az eredmények értékelése

Értékeljük a gyűjtött adatokat, és rangsoroljuk a tényezőket fontosságuk szerint.

Stratégia kidolgozása

A SWOT analízis eredményei alapján dolgozzunk ki egy stratégiát, amely kihasználja az erősségeket, csökkenti a gyengeségeket, kiaknázza a lehetőségeket és minimalizálja a veszélyeket.



Példa egy kis kávézó egyszerű SWOT analízisére



Erősségek

Kiváló minőségű kávé,
barátságos atmoszféra, központi
elhelyezkedés



Gyengeségek

Kis választék, nincs terasz,
korlátozott marketing
kölségvetés



Lehetőségek

Az online rendelés bevezetése, új
kávékülönlegességek bevezetése,
rendezvények szervezése



Veszélyek

Új versenytársak megjelenése,
a kávé árának emelkedése, a
járványhelyzet hatása



Példa egy családi étterem SWOT analízisére

Tegyük fel, hogy egy kis családi étterem tulajdonosa szeretné bővíteni üzletét. A SWOT analízis segítségével feltárhatja az étterem erősségeit, gyengeségeit, a piacon rejlő lehetőségeket és a lehetséges veszélyeket.



Erősségek

- Hűséges törzsvendégkör
- Kiváló minőségű, házas ételek
- Kedvező elhelyezkedés
- Barátságos kiszolgálás



Gyengeségek

- Korlátozott marketing költségvetés
- Kis étlap
- Nincs terasz



Lehetőségek

- Ételkiszállítás bevezetése
- Új ételek bevezetése helyi alapanyagokból
- Együttműködés helyi termelőkkel
- Rendezvények szervezése



Veszélyek

- Új versenytársak megjelenése
- Az alapanyagok árának emelkedése
- A gazdasági helyzet romlása

Az étterem SWOT analízis eredményei alapján kidolgozható stratégiája

Erősségek kihasználása

Továbbá fejleszteni a márka ismertségét a törzsvendégek ajánlásai révén és közösségi média marketinggel.

Gyengeségek kiküszöbölése

Növelni a marketing költségvetést, bővíteni az étlapot és szezonális ajánlatokkal kiegészíteni.

Lehetőségek kiaknázása

Bevezetni az ételkiszállítást saját weboldalon vagy ételrendelő alkalmazásokon keresztül, együttműködni helyi termelőkkel és rendszeresen szervezni tematikus vacsorákat vagy gasztronómiai eseményeket.

Veszélyek kezelése

Rendszeresen figyelni a versenytársak tevékenységét, rugalmasan alkalmazkodni az alapanyagárak változásához és kialakítani egy vészhelyzeti tervet a gazdasági helyzet esetleges romlása esetén.



A SWOT analízis kombinált használata **más üzleti módszerekkel**

A SWOT analízis önmagában is értékes eszköz, de hatékonysága jelentősen növelhető más üzleti módszerekkel kombinálva. Lássuk, hogyan egészíthetik ki egymást a SWOT, a PESTEL, a versenyelemzés és a szcenárió tervezés:

SWOT analízis és a PESTEL elemzés kombinációja



Miért érdemes együtt használni?

A PESTEL elemzés (politikai, gazdasági, társadalmi, technológiai, környezeti és jogi tényezők) a külső környezet makro szintű elemzésére szolgál.

A SWOT-tal kombinálva lehetővé teszi, hogy a vállalat belső erősségeit és gyengeségeit a külső környezet lehetőségeihez és veszélyeihez viszonyítsuk.

Példa a SWOT analízis és a PESTEL elemzés együttes használatára

Egy új terméket piacra dobó vállalat a PESTEL elemzéssel azonosíthatja azokat a piaci trendeket és szabályozási változásokat, amelyek befolyásolhatják a termék sikerét.

A SWOT elemzéssel pedig meghatározhatja, hogy a vállalat rendelkezik-e a szükséges erőforrásokkal és képességekkel a kihívások kezeléséhez és a lehetőségek kiaknázásához.



SWOT analízis és a “Versenyelemzés” kombinációja

Miért érdemes együtt használni?

A versenytársak SWOT elemzésével összehasonlíthatjuk saját vállalatunk helyzetét, azonosíthatjuk a versenyelőnyöket és a lemaradásokat.

Példa a SWOT analízis és a “Versenyelemzés” együttes használatára

Egy autóipari vállalat a SWOT elemzéssel azonosíthatja saját erősségeit és gyengeségeit. A versenytársak SWOT elemzésével pedig megállapíthatja, hogy mely területeken van versenyelőnye, és hol kell fejlesztenie, hogy lépést tudjon tartani a versenytársakkal.

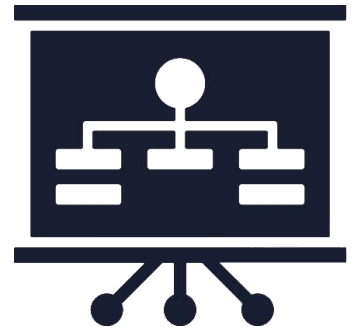
A SWOT analízis és a Szcenárió tervezés kombinációja

Miért érdemes együtt használni?

A SWOT elemzéssel azonosított erősségek, gyengeségek, lehetőségek és veszélyek alapján különböző jövőbeli forgatókönyveket készíthetünk.

Példa a SWOT analízis és a Szcenárió tervezés együttes használatára

Egy energiaipari vállalat a SWOT elemzéssel azonosíthatja a megújuló energiaforrásokban rejlő lehetőségeket és a fosszilis tüzelőanyagok csökkenő keresletét jelentő veszélyeket. A Szcenárió tervezéssel pedig különböző forgatókönyveket dolgozhat ki arra az esetre, ha a megújuló energiaforrások részaránya jelentősen megnő.



A kombinált használat előnyei

Átfogóbb kép: A különböző módszerek kombinálásával sokkal teljesebb képet kaphatunk a vállalat helyzetéről és a külső környezetről.

Pontosság: A különböző nézőpontok összevetésével csökkenthetjük a hibázás kockázatát.

Rugalmasság: A különböző módszerek kombinálásával a vállalatok a saját igényeikhez igazíthatják az elemzést.

Proaktív tervezés: A jövőbeli kihívásokra és lehetőségekre való felkészülés.

✓	Bevezetés	
	A SWOT analízis és a Balanced Scorecard (BSC) két alapvető eszköz a stratégiai tervezés és a vállalati teljesítmény mérés területén. Mindkettőnek megvan a maga erőssége és célja, de együttesen még hatékonyabbá tehetik a szervezetek stratégiai gondolkodását. Ebben a részletes elemzésben megvizsgáljuk, hogy hogyan kapcsolódnak össze ezek a két módszer, milyen előnyöket nyújtanak a kombinált alkalmazásuk, és hogyan lehet őket a gyakorlatban integrálni.	
✓	A SWOT Analízis rövid bemutatása	A SWOT analízis egy egyszerű, de hatékony eszköz, amely segít feltérképezni egy vállalkozás, termék vagy projekt erősségeit (Strengths), gyengeségeit (Weaknesses), lehetőségeit (Opportunities) és veszélyeit (Threats). A módszer célja, hogy átfogó képet nyújtson a jelenlegi helyzetről és megalapozza a jövőbeli stratégiai döntéseket.
✓	A Balanced Scorecard rövid bemutatása	A Balanced Scorecard (BSC) egy olyan stratégiai menedzsment rendszer, amely a vállalat teljesítményét több nézőpontból méri. A hagyományos pénzügyi mutatók mellett a BSC a nem pénzügyi mutatók (pl. ügyfél elégedettség, belső folyamatok hatékonysága, tanulási és növekedési képesség) fontosságát is hangsúlyozza. A BSC segítségével a vállalatok képesek a hosszú távú célokat összhangba hozni a napi működéssel.
✓	A SWOT analízis és a Balanced Scorecard kapcsolata	A SWOT analízis és a Balanced Scorecard szorosan összefüggő fogalmak. A SWOT elemzés által azonosított erősségek, gyengeségek, lehetőségek és veszélyek a Balanced Scorecard négy perspektívájában (pénzügyi, ügyfél, belső folyamatok, tanulás és növekedés) konkretizálódnak és mérhetővé válnak.



Hogyan egészítik ki egymást a két módszer?

- A SWOT az alapot adja:** A SWOT analízis által azonosított erősségek és gyengeségek a Balanced Scorecard belső perspektívájának alapját képezik. A lehetőségek és veszélyek pedig a külső perspektívához kapcsolódnak.
- A BSC a célokat konkretizálja:** A Balanced Scorecard segítségével a vállalat meghatározhatja azokat a konkrét célokat, amelyekkel kihasználhatja az azonosított lehetőségeket, és csökkentheti a veszélyeket.
- A BSC a teljesítményt méri:** A Balanced Scorecard rendszeres mérésekkel nyomon követi, hogy a vállalat mennyire halad előre a kitűzött célok felé, és segít azonosítani azokat a területeket, ahol további fejlesztésre van szükség.



A SWOT és a BSC kombinált használatának előnyei

- Átfogóbb stratégiai tervezés:** A SWOT analízis és a Balanced Scorecard kombinációja lehetővé teszi, hogy a vállalat a belső erősségeire és gyengeségeire összpontosítson, miközben figyelemmel kíséri a külső környezet változásait.
- Célorientált működés:** A Balanced Scorecard segítségével a vállalat világos, mérhető célokat határozhat meg, amelyek segítenek a stratégia végrehajtásában.
- Folyamatos fejlesztés:** A rendszeres teljesítménymérések és a SWOT elemzés ismétlése lehetővé teszi a vállalat számára, hogy folyamatosan alkalmazkodjon a változó körülményekhez.

- Jobb döntéshozatal:** A SWOT és a BSC kombinációja segít az adatokon alapuló döntések meghozatalában, csökkentve a kockázatokat.
- A teljes szervezet bevonása:** A Balanced Scorecard a vállalat minden szintjén megérthető és alkalmazható, így a teljes szervezet elkötelezettségét biztosíthatja a stratégiai célok eléréséért.

✓

A SWOT és a BSC Integrációjának Lépései

SWOT elemzés: A vállalat elvégzi a hagyományos SWOT elemzést, hogy azonosítsa az erősségeit, gyengeségeit, lehetőségeit és veszélyeit.

Célok meghatározása: A SWOT elemzés eredményei alapján a vállalat meghatározza a stratégiai céljait.

Perspektívák meghatározása: A Balanced Scorecard négy perspektívájának megfelelően (pénzügyi, ügyfél, belső folyamatok, tanulás és növekedés) konkrét célok és mutatók kerülnek meghatározásra.

Lehetőségek



Ételkiszállítás bevezetése
Ételek bevezetése helyi alapanyagokból
Együttműködés helyi termelőkkel
Rendezvények szervezése

Opportunities

Gyengeségek



Korlátozott marketing költségvetés
Kis étlap
Nincs terasz

Weaknesses

✓

Példa: egy kiskereskedelmi vállalat

Veszélyek



Új versenytársak megjelenése
Az alapanyagok árának emelkedése
A gazdasági helyzet romlása

Threats

Erősségek



Hűséges törzsvendégkör
Kiváló minőségű, házias ételek
Kedvező elhelyezkedés
Barátságos kiszolgálás

Strengths

Egy kiskereskedelmi vállalat SWOT elemzése alapján azonosította, hogy legnagyobb erőssége a kiváló ügyfélszolgálat, gyengesége pedig a korlátozott online jelenléte. A Balanced Scorecard segítségével a vállalat a következő célokat határozta meg:

Pénzügyi perspektíva: Növelni a nettó árbevételt 15%-kal az elkövetkező évben.

Ügyfél perspektíva: Növelni az ügyfél elégedettséget 10%-kal, és elérés egy új ügyfélcsoportot.

Belső folyamatok perspektíva: Csökkenteni a szállítási időt 2 nappal, és növelni a webáruház forgalmát 20%-kal.

Tanulás és növekedés perspektíva: Bevezetni egy új e-learning programot a munkavállalók számára, és fejleszteni a vállalat weboldalát.

✓

Következtetés

A SWOT analízis és a Balanced Scorecard együttes alkalmazása egy hatékony eszköz a vállalatok számára, hogy megértsék a jelenlegi helyzetüket, meghatározzák a jövőbeni céljaikat, és nyomon kövessék a teljesítményüket.

A két módszer kiegészíti egymást, és segít a vállalatoknak, hogy sikeresen alkalmazkodjanak a változó piaci környezethez.

Fontos megjegyezni: A SWOT analízis és a Balanced Scorecard alkalmazása nem egy egyszeri feladat, hanem egy folyamatos folyamat. A vállalatoknak rendszeresen felül kell vizsgálniuk a stratégiájukat és a mutatószámrendszerüket, hogy biztosítsák a hosszú távú sikerüket.