

SWOT

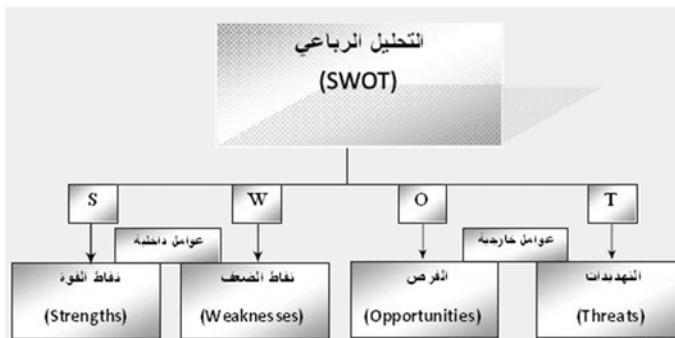
- يقوم على تحليل :
- نقاط القوة (S:Strengths) وتعني كلمة القوة ماذا نستطيع أن نفعل،
- ونقاط الضعف (W:Weaknesses) وهذا يعني ما لا نستطيع فعله،
- أما الجزء الثالث فهو الفرص (O:Opportunities) وهذا يعني فرص مفضلة واحتمالية قوية يمكن الانجاز من خلالها،
- وآخر هذه العناصر هي التهديدات أو المخاطر (T:Threats) وهي شروط مهددة لعمل الشركة.

SWOT Analysis

تحليل الواقع

د. محمد نيوف

Strengths ,Weaknesses, Opportunities & Threats

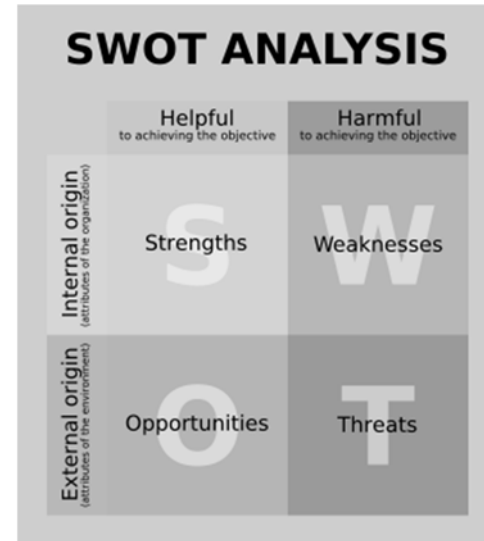


تحليل الفرص والمخاطر

- يعتبر تحليل SWOT أداة مفيدة لفهم عمل المؤسسة من الداخل والخارج .
- يأخذ هذا التحليل بالاعتبار العوامل الداخلية للشركة أو المؤسسة
- يصنف كل عامل من هذه العوامل كعامل قوة أو ضعف بالنسبة لها.
- يساعد على تحليل البيئة الخارجية المحيطة بالمؤسسة و بيان الفرص المتاحة و التهديدات أو المخاطر التي يمكن أن تتعرض لها المؤسسة و تتأثر بها بشكل سلبي.

مثال لبعض نقاط القوة في مؤسسة تعليمية

- توفر السيولة المطلوبة لتحقيق جودة العملية التعليمية
- وجود العنصر البشري ذو الخبرة والكفاءة
- توفر البنية التحتية



بعض نقاط الضعف في مؤسسة تعليمية

- عدم توافر الإمكانيات بصورة جيدة
- ضعف الخبرة لدى العنصر البشري الموجود بالمؤسسة

نقاط القوة (Strengths) والضعف (Weaknesses)

- **نقاط القوة** هي صفات ووظائف داخلية يجد المحللون أن الشركة تستطيع اتمامها بشكل أفضل من المنافسين
- هي عنصر داخلي يتعلق بالشركة.
- وعلى تحليل (SWOT) أن يركز على الزبون للحصول على أقصى نفع ممكن، فلا يمكن الاعتبار ببعض نقاط القوة التي لا يهتم بها الزبون، ففي حالة عدم اهتمام الزبون ببعض نقاط القوة تصبح قدرة وليست نقطة قوة في التحليل.
- وعند تحليل نقاط القوة يجب:
 - الاهتمام برأي كلا الطرفين الشركة والزبون
 - الابتعاد عن التحيز والالتزام بالواقعية
 - التحلي بالمصداقية عندما نتحدث عن نقاط الضعف التي تعاني منها الشركة، وبالتأكيد فإن تأخير الكشف عن عيب وضعف يعني تأثير سلبي على الشركة.

كيف يمكنني أن أستفيد من تحليل البيئة المحيطة؟

- الحقيقة أن هذا هو الجزء الأصعب فالكثيرين يعرفون المشاكل ولكن فقط القليلين يستطيعون أن يجدوا الحلول الملائمة وأقل القليل يستنبطون الحلول المثلى.
- على سبيل المثال إذا كنت شبكة توزيعك ضعيفة فلعلك مثلاً قد تكون بحاجة لترويج الشراء المباشر من محلك التجاري. إذا كانت لديك عمالة فائضة في بعض الأحيان فهنا يمكنك أن تحاول أن تتعاقد مع الشركات الأخرى لتأجير العمالة بصورة مؤقتة.
- مثل تلك الأدوات تساهم في زيادة فهمك لوضعك في السوق فمن خلالها ستعرف فرصة منتجك الحالية وما إذا كان التركيز مثلاً على منتج آخر سيكون من الأفضل لك كذلك يمكنك التحليل من معرفة أوجه القصور وبالتالي يمكنك إعادة توزيع الموارد.
- تتميز تلك الأداة بشموليتها حيث أن كل ما هو محيط بالشركة يمكن تصنيفه في أحد الاتجاهات المشار إليها ولعل هذا هو سر انتشارها الواسع في عمليات التخطيط الاستراتيجي حيث لا تخلو الخطة الإستراتيجية من هذا التحليل المتكامل.

الفرص (Opportunities) والتهديدات (Threats)

- الفرص والتهديدات هي العوامل الخارجية والتي ليس للمؤسسة تأثير عليها والتي يمكن أن تستغل في صالح المؤسسة فتصبح فرصة أو تستخدم ضدها فتصبح تهديداً.
- التركيز فقط على العناصر الداخلية يشكل مشكلة كبيرة، فالشركة الفعالة وذات الكفاءة العالية هي التي تهتم بالطرفين الداخلي والخارجي معاً.
- مثال لبعض الفرص المتاحة في مؤسسة تعليمية: وجود الدعم أو سهولة إيجاد التقنية وتطبيقها.
- مثال لبعض التهديدات في مؤسسة تعليمية: المنافسة أو متطلبات سوق العمل من نوعية الخريجين الخ

جلسة SWOT

- ينبغي أن يكون هناك تفاهم وتصور مشترك لدى المشاركين في الجلسة حول ماهية الأهداف طويلة ومتوسطة الأمد للمشروع أو المنظمة.
- **الخطوة الأولى:**
- ابدأ بـ "العصف الذهني" على قوى المنظمة. قم بتوزيع الأوراق والبطاقات واطلب من المشاركين كتابة فكرة على كل بطاقة عن الأشياء التي يعتبرها قوى.
- يمكن لكل شخص إعطاء أكبر قدر ممكن من المدخلات. قم بجمع البطاقات واعرضها على لوح. قم بجمع الأفكار وقم بإزالة أية مدخلات غير مناسبة. تأكد من أن جميع الأفكار هي قوى حقيقية.
- **الخطوة الثانية:**
- قم بإعادة الخطوة الأولى واجمع المدخلات الخاصة بنقاط الضعف. سيقوم معظم المشاركين بذكر الضعف وهو ما يناقض القوة التي تم تعريفها في الخطوة الأولى.

- إن عملية تحديد العناصر الداخلية والخارجية المشمولة في تحليل (SWOT) ليس بالأمر البسيط دوماً
- لكن علينا التذكر أن الهدف الرئيسي من هذا التحليل هو إلغاء أو تقليل أثر نقاط الضعف والتهديدات. وعلى الشركات أن تحول نقاط الضعف إلى نقاط قوة وكذلك عكس التهديدات إلى فرص

جلسة SWOT

الخطوة الثالثة:

- قم بتوجيه الجلسة نحو تحليل الفرص. ابحث عن فرص واقعية وليست فرص افتراضية. ومن الضروري تعريف المؤشرات التي من خلالها سنتمكن من التمييز ما بين الفرص الواقعية والافتراضية.

الخطوة الرابعة:

- قم بتوجيه الجلسة نحو تحليل التهديدات, ونفس الشيء, عليك أن تميز بين التهديدات الواقعة والافتراضية

Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats Analysis				
	My Company	Competitor 1	Competitor 2	Competitor 3
STRENGTHS				
What are your business advantages?				
What are your core competencies?				
Where are you making the most money?				
What are you doing well?				
WEAKNESSES				
What areas are you avoiding?				
Where do you lack resources?				
What are you doing poorly?				
Where are you losing money?				
What needs improvement?				
OPPORTUNITIES				
Any beneficial trends?				
Niches that competitors are missing?				
New technologies?				
New needs of customers?				
THREATS				
Obstacles to overcome?				
Aggressive competitors?				
Successful competitors?				
Negative economic conditions?				
Government regulation?				
Changing business climate?				
Vulnerabilities?				