**Załącznik VII.2**

Materiał do mini wykładu nt. analizy SWOT   
i typologii strategii

Jednym z narzędzi wykorzystywanych do rozpoznawania oczekiwań społecznych w zakresie kierunków rozwoju jest analiza SWOT[[1]](#footnote-1). Pozwala ona na wskazanie obszarów wymagających uwagi bądź zmian oraz określenia priorytetów rozwoju.

Nazwametody pochodziod pierwszych liter słów określających w języku angielskim istotę przedmiotu analizy - mocne i słabe strony (Strengths i Weaknesses) płynące z otoczenia wewnętrznego, na które społeczność lokalna może mieć wpływ, a także istniejące   
i potencjalne szanse i zagrożenia (Opportunities i Threats) płynące z bliższego i dalszego otoczenia zewnętrznego[[2]](#footnote-2).



Rozpisanie wszystkich czynników według schematu SWOT jest pomocne w celu usystematyzowania posiadanych informacji.

Warunkiem koniecznym w prowadzonej analizie jest obiektywizm, umiejętność spojrzenia na własne przedsięwzięcie realnie i z dystansem.

**Budowa analizy SWOT**

1. Zebranie informacji.

2. Ocena mocnych i słabych stron.

3. Ocena szans i zagrożeń.

**Należy zwrócić uwagę** uczestnikom szkolenia, że zespół strategiczny, formułując główny cel strategiczny, powinien dążyć do zwiększenia prawdopodobieństwa sukcesu.

**Typologia strategii:**

1. Strategia agresywna - **Mocne strony + szanse**, czyli wykorzystanie szans za pomocą mocnych stron. Dominuje - rozwój, ekspansja.
2. Strategia obronna - **Słabe strony + zagrożenia**, czyli sytuacja, w której mankamenty potęgowane są przez zagrożenia i vice versa. Dominują nastawienie na utrzymanie się, oddalenie ryzyka bankructwa.
3. Strategia konserwatywna - **Mocne strony + zagrożenia**, czyli przypadki, w których atuty pomagają unieszkodliwiać zagrożenia.
4. Strategia konkurencyjna - **Słabe strony + szanse.** Kluczowym działaniem jest eliminacja mankamentów, które nie pozwalają na wykorzystanie nadarzających się okazji.

**Opracowanie na podstawie:**

Rumelt R.P., *Dobra strategia – zła strategia*, MT Biznes sp. z o.o., Warszawa 2013.

Cannon J. A., McGee R., *Rozwój i zmiana organizacji*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2012

1. Rumelt R.P., *Dobra strategia – zła strategia*, MT Biznes sp. z o.o., Warszawa 2013. [↑](#footnote-ref-1)
2. Cannon J. A., McGee R., *Rozwój i zmiana organizacji*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2012. [↑](#footnote-ref-2)