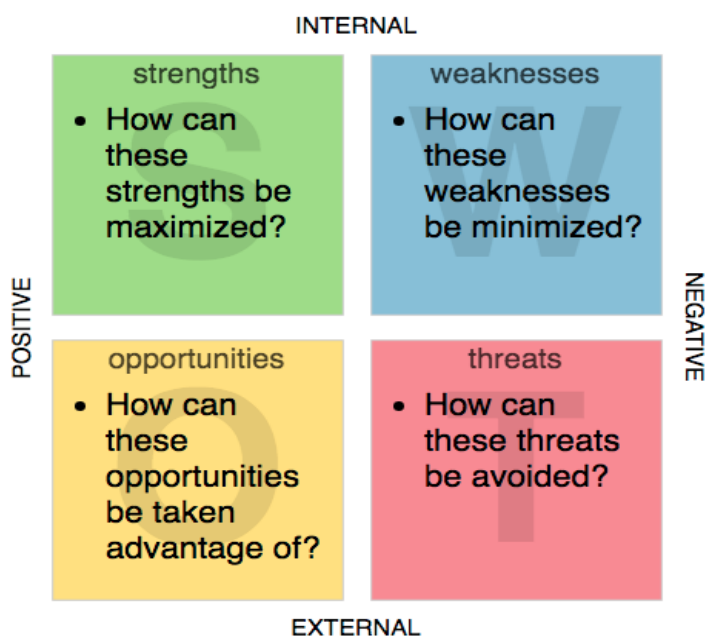


## ΑΝΑΛΥΣΗ SWOT

Τι είναι η ανάλυση SWOT και γιατί πρέπει να την εφαρμόζουν οι πολιτιστικοί οργανισμοί.

Ένα άλλο μέσο που δύναται να μας βοηθήσει ακόμη περισσότερο στην διεξαγωγή των συμπερασμάτων μας είναι η ανάλυση SWOT. Η Ανάλυση SWOT προέρχεται από το αρκτικόλεξο των λέξεων **Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats** και είναι ένα αναλυτικό εργαλείο που εισήγαγε ο Α. Χάμφρεϊ, καθηγητής του Πανεπιστημίου Stanford, τη δεκαετία του 1960.

Ουσιαστικά μας παρέχει ταξινομημένα και ιεραρχημένα δεδομένα, τα οποία αφορούν στις δυνατότητες ή πλεονεκτήματα (Strengths) και τις αδυναμίες ή μειονεκτήματα (Weaknesses), που αποτελούν το εσωτερικό περιβάλλον του οργανισμού, τις ευκαιρίες (Opportunities) και τους κινδύνους (Threats), που αποτελούν το εξωτερικό περιβάλλον του οργανισμού, σε συνάρτηση με τον ανταγωνισμό και τις εκτιμήσεις των διαχειριστών (Μπιτσάνη, 2004, σελ.192-195).



### Δυνατά σημεία

Ενδεικτικά αναφέρουμε: τοποθεσία, ισχυρή οργανωτική ομάδα, εικόνα, φήμη κ.α

### Αδύναμα σημεία

Ενδεικτικά αναφέρουμε: κακή φήμη, κακή επικοινωνιακή πολιτική, μη ικανό προσωπικό, ανεπαρκείς εγκαταστάσεις κ.α.

### Ευκαιρίες

Ενδεικτικά αναφέρουμε: πολιτικές (όπως ένα νέο νομοσχέδιο), νέες τεχνολογίες κ.α.

### Απειλές

Ενδεικτικά αναφέρουμε: κοινωνικές, οικονομικές κ.α.

Με άλλα λόγια η Ανάλυση SWOT είναι ένα εργαλείο στρατηγικού σχεδιασμού και εξετάζει τα Ισχυρά (Strengths) και Αδύναμα σημεία (Weaknesses) καθώς και τις Ευκαιρίες (Opportunities) και Απειλές (Threats) ενός οργανισμού από το περιβάλλον που δραστηριοποιείται.

#### **Συνεπώς η εφαρμογή ανάλυσης SWOT στον πολιτιστικό τομέα:**

- παρέχει μία συνολική εικόνα για περαιτέρω σχεδιασμό.
- βοηθάει να εντοπίσουμε στρατηγικά οργανωτικά σημεία και να τα λάβουμε υπόψη μας στο σχέδιο του marketing.
- βοηθάει στην επανεξέταση του πολιτιστικού αγαθού, (είτε πρόκειται για οργανισμό, επιχείρηση, πόλη, περιοχή κ.α.), αναδεικνύοντας τα δυνατά σημεία, εντοπίζοντας τις αδυναμίες και διορθώνοντας αυτές, αξιοποιώντας τις ευκαιρίες και ελαχιστοποιώντας τις απειλές.

Η ανάλυση SWOT αποτελεί μία χρήσιμη μέθοδος για τη σχεδίαση πολιτιστικής πολιτικής. Η χάραξη της πολιτιστικής πολιτικής σε τοπικό ή μη επίπεδο είναι κάτι που απαιτεί επίπονη και συντονισμένη προσπάθεια όλων των εμπλεκόμενων ατόμων και κυρίως εφαρμογή ορθολογικής πορείας των εργασιών., ότι το χρήσιμο αυτό εργαλείο χρησιμοποιείται ευρύτερα και πλαίσιο επιχειρησιακού σχεδιασμού που εντάσσεται στον γενικότερο στρατηγικό σχεδιασμό όταν σχεδιάζουμε πολιτικές, είτε πρόκειται για την ανάδειξη μίας περιοχής, ενός δήμου ή ενός οργανισμού. Για να γίνει καλύτερα κατανοητό ας σκεφτούμε το εξής: Για να προωθήσουμε αποτελεσματικά ένα πολιτιστικό προϊόν ή μια πόλη είναι σημαντικό να την αντιμετωπίσουμε πρώτα και πάνω από όλα ως ένα προϊόν που πρέπει και μπορεί να αναπτυχθεί και να προωθηθεί στην αγορά. Και πώς θα γίνει αυτό – θα πρέπει να βρούμε και να εκμεταλλευτούμε τα πλεονεκτήματά του. Το σύγχρονο περιβάλλον δημιουργεί στις πολιτισμικές μονάδες αυξημένες απαιτήσεις στρατηγικού σχεδιασμού και προσέγγιση πολιτιστικού marketing, προκειμένου να καταστούν βιώσιμες και ανταγωνιστικές.

Αξιοσημείωτα παραδείγματα πολιτιστικού marketing πόλεων είναι η Βενετία και η Αθήνα, οι οποίες μέσα από μία δέσμη μέτρων-πολιτικών με σωστό στρατηγικό σχεδιασμό, ακολούθησαν ένα μοντέλο ανάπτυξης στηριζόμενο στην ανάδειξη της πολιτιστικής τους κληρονομιάς(Μπιτσάνη, 2004, σελ.161-191).

Η χρήση της ανάλυσης SWOT συνεχίζει να διαπερνά την ακαδημαϊκή βιβλιογραφία. Η έρευνα υποστηρίζει την ανάλυση SWOT ως εργαλείο σχεδιασμού. Κατά την τελευταία δεκαετία, η έρευνα SWOT επικεντρώθηκε στην ανάλυση των οργανισμών για τις συνιστώμενες στρατηγικές ενέργειες. Ως μια μεθοδολογία για τη στρατηγική τοποθέτηση, η ανάλυση SWOT έχει επεκταθεί πέρα από τις εταιρείες σε χώρες και βιομηχανίες και χρησιμοποιείται σχεδόν σε κάθε δημοσιευμένη επιχειρηματική

περίπτωση που είναι τοποθετημένη για ανάλυση φοιτητών στις επιχειρήσεις. Η πρόσθετη χρήση του SWOT αποτελεί εργαλείο διδασκαλίας από συμβούλους, εκπαιδευτές και εκπαιδευτικούς (M.M.Helms, J. Nixon, 2010, στο Journal of Strategy and Management).