



Стратегический менеджмент

SWOT – анализ

PEST (STEP) – анализ

*А.В. Зырянова,
преподаватель кафедры педагогики, психологии
и управления образовательными системами
Института развития образования
Кировской области*

SWOT - анализ

Метод стратегического планирования, используемый для оценки факторов и явлений, влияющих на проект или предприятие.

SWOT

Strengths (силы)

Weaknesses (слабости)

Opportunities
(благоприятные возможности)

Threats (угрозы)

Факторы, учитывающиеся в SWOT -

анализе

Потенциальные внутренние сильные стороны (S):

- Четко проявляемая компетентность
- Адекватные финансовые источники
- Высокое искусство конкурентной борьбы
- Хорошее понимание потребителей
- Признанный рыночный лидер
- Четко сформулированная стратегия
- Использование экономии на масштабах производства, ценовое преимущество
- Собственная уникальная технология, лучшие производственные мощности
- Проверенное надежное управление
- Надежная сеть распределения
- Высокое искусство НИОКР
- Наиболее эффективная в отрасли реклама

Потенциальные внешние благоприятные возможности (O):

- Возможность обслуживания дополнительных групп потребителей
- Расширение диапазона возможных товаров
- Благодушие конкурентов
- Снижение торговых барьеров в выходе на внешние рынки
- Благоприятный сдвиг в курсах валют
- Большая доступность ресурсов
- Ослабление ограничивающего законодательства
- Ослабление нестабильности бизнеса

Потенциальные внутренние слабости (W):

- Потеря некоторых аспектов компетентности
- Недоступность финансов, необходимых для изменения стратегии
- Рыночное искусство ниже среднего
- Отсутствие анализа информации о потребителях
- Слабый участник рынка
- Отсутствие четко выраженной стратегии, непоследовательность в ее реализации
- Высокая стоимость продукции в сравнении с ключевыми конкурентами
- Устаревшие технология и оборудование
- Потеря глубины и гибкости управления
- Слабая сеть распределения
- Слабые позиции в НИОКР
- Слабая политика продвижения

Потенциальные внешние угрозы (T):

- Ослабление роста рынка, неблагоприятные демографические изменения ввода новых рыночных сегментов
- Увеличение продаж заменяющих товаров, изменение вкусов и потребностей покупателей
- Ожесточение конкуренции
- Появление иностранных конкурентов с товарами низкой стоимости
- Неблагоприятный сдвиг в курсах валют
- Усиление требований поставщиков
- Законодательное регулирование цены
- Чувствительность к нестабильности внешних условий бизнеса

Итоговая матрица SWOT - анализа

| Настоящее | Взаимное влияние | | | | | | | | | | | Будущее |
|------------------------|------------------|----|----|----|----|---------------------|----|----|----|----|-------------------------|---------|
| | Возможности | | | | | Угрожающие проблемы | | | | | | |
| Сильные стороны | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | Возможности | |
| S1 | ++ | ++ | ++ | 0 | ++ | 0 | ++ | 0 | + | + | O1 | |
| S2 | + | 0 | + | 0 | 0 | + | ++ | 0 | 0 | 0 | O2 | |
| S3 | + | 0 | ++ | + | 0 | + | + | + | 0 | 0 | O3 | |
| S4 | + | ++ | ++ | ++ | + | ++ | ++ | + | 0 | ++ | O4 | |
| S5 | + | 0 | + | ++ | + | 0 | ++ | + | + | 0 | O5 | |
| Слабые стороны | | | | | | | | | | | Проблемы и риски | |
| W1 | - | 0 | 0 | 0 | -- | -- | -- | - | 0 | -- | T1 | |
| W2 | -- | - | - | -- | 0 | 0 | - | 0 | 0 | 0 | T2 | |
| W3 | 0 | - | 0 | 0 | -- | 0 | - | 0 | - | - | T3 | |
| W4 | -- | - | -- | - | 0 | 0 | - | - | - | -- | T4 | |
| W5 | - | -- | -- | - | -- | 0 | - | -- | -- | -- | T5 | |
| | 0 | -1 | 3 | 1 | -2 | 2 | 3 | -1 | -2 | -4 | -1 | |

Стратегия организации



Определить общее направление развития предприятия (миссия)



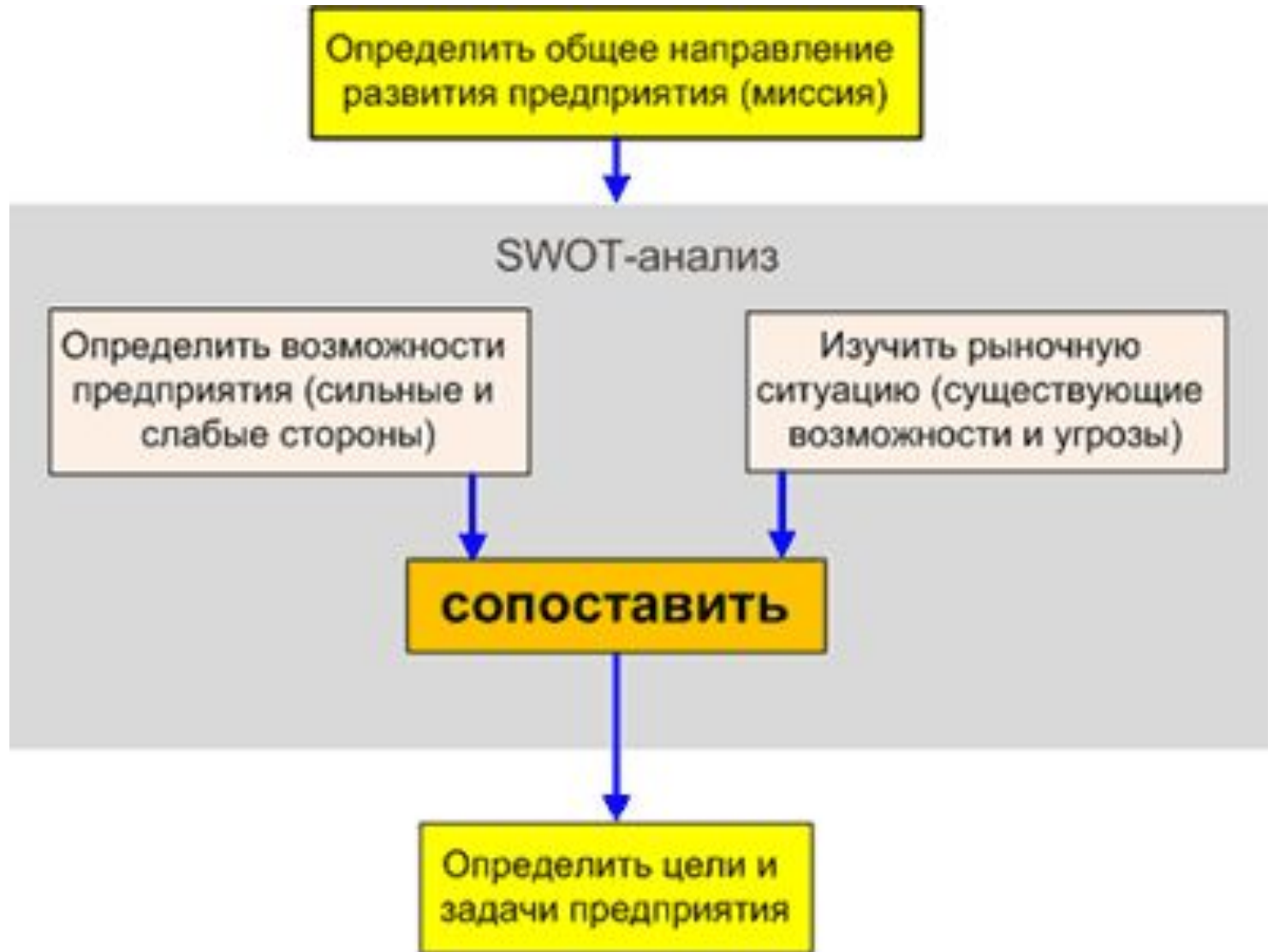
SWOT-анализ

Определить возможности предприятия (сильные и слабые стороны)

Изучить рыночную ситуацию (существующие возможности и угрозы)

сопоставить

Определить цели и задачи предприятия



PEST (STEP) - анализ

*Маркетинговый инструмент,
предназначенный для выявления
политических (**Political**),
экономических (**Economic**),
социальных (**Social**) и
технологических (**Technological**)
аспектов внешней среды, которые
влияют на бизнес компании.*

Факторы PEST - анализа

| ПОЛИТИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ | ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИКИ |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none">• Текущее законодательство на рынке• Будущие изменения в законодательстве• Европейское/международное законодательство• Регулирующие органы и нормы• Правительственная политика, изменение• Государственное регулирование конкуренции• Торговая политика• Ужесточение госконтроля за деятельностью бизнес-субъектов и штрафные санкции• Выборы на всех уровнях власти• Финансирование, гранты и инициативы• Группы лоббирования/давления рынка• Международные группы давления• Экологические проблемы• Прочее влияние государства в отрасли | <ul style="list-style-type: none">• Экономическая ситуация и тенденции• Динамика ставки рефинансирования• Уровень инфляции• Инвестиционный климат в отрасли• Заграничные экономические системы и тенденции• Общие проблемы налогообложения• Налогообложение, определенное для продукта / услуг• Сезонность / влияние погоды• Рынок и торговые циклы• Платежеспособный спрос• Специфика производства• Потребности конечного пользователя• Обменные курсы валют• Основные внешние издержки• Коммуникации |
| СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ | ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ИННОВАЦИИ |
| <ul style="list-style-type: none">• Демография• Изменения законодательства, затрагивающие социальные факторы• Структура доходов и расходов• Базовые ценности• Тенденции образа жизни• Бренд, репутация компании, имидж используемой технологии• Модели поведения покупателей• Мода и образцы для подражания• Главные события и факторы влияния• Мнения и отношение потребителей• Потребительские предпочтения• Представления СМИ• Точки контакта покупателей• Этнические / религиозные факторы• Реклама и связи с общественностью | <ul style="list-style-type: none">• Развитие конкурентных технологий• Финансирование исследований• Связанные / зависимые технологии• Замещающие технологии/решения• Зрелость технологий• Изменение и адаптация новых технологий• Производственная емкость, уровень• Информация и коммуникации, влияние интернета• Потребители, покупающие технологии• Законодательство по технологиям• Потенциал инноваций• Доступ к технологиям, лицензирование, патенты• Проблемы интеллектуальной собственности |