

PEST –анализ и SWOT-анализ Компании: PHILIPS

Подготовили: Аскербек Темирлан
Саду Аян
Албаев Заманбек

PHILIPS

О компании:

- * Philips- это Нидерландская компания, бизнес которой делится на три основных направления: здравоохранение, световые решения и потребительские товары.
- * Дата основания 1981 год. Компания занимает лидирующие позиции в разработке оборудования для кардиологии, неотложной помощи и медицинского обслуживания на дому, в сфере энергоэффективных светотехнических решений и инновационных систем освещения, а также электробритв и средств личной гигиены.

SWOT-анализ

Сильные стороны:

- * Упаковка
- * Высокая лояльность
- * Пробные продукты
- * Имидж бренда
- * Технологии



Слабые стороны

- * Цена
- * Широта ассортимента
- * Знание покупателей
- * Мотивационная политика персонала

Возможности:

Разработка новых товаров

Расширения рынка

В сегменте не больших потребителей
спрос больше и темпы роста выше

Использование экономии
обусловленной масштабами
производства

Угрозы

- * Усиления контроля со стороны государства
- * Рост инфляции и процентных ставок
- * Значимый рост затрат
- * Санкции со стороны различных стран

PHILIPS



ARENA

PEST-анализ

Факторы влияния политической среды на рынок:

- * Принят новый закон, регламентирующий рекламную деятельность, ужесточающий требования к рекламным текстам и запрещающий использовать в рекламе докторов.
- * В этом году увеличатся ограничения на ввоз _____ сырья и войдут в силу более высокие таможенный пошлины на ввоз.
- * Рост напряжения в отношениях между страной и страной главного экспортера.

Экономические факторы:

- * В следующем году 2016 прогноз по росту ВВП страны 3%.
- * Доступность кредитов будет расти.
- * Инфляция прогнозируется на уровне 7%, снижение безработицы до 10%,
- * Уровень располагаемых доходов населения снизится.
- * Курсы основных валют будут продолжать расти.

Социально-культурные факторы

- * В обществе растет положительное отношение к инновационным продуктам.
- * Люди более склонны покупать импортные товары.
- * Увеличивается количество покупок через интернет и использование мобильного интернета в возрастной категории до 35 лет.
- * Снижается страх перед кредитованием.
- * Люди предпочитают тратить свой доход и не настроены на формирование долгосрочных накоплений.
- * Растет средняя продолжительность жизни и возрастная группа 35+ увеличивается.

Технологические факторы:

- * Технологического порыва в отрасли наблюдается.
- * Игроки не спешат ввозить технологии, использующиеся на более развитых рынках.
- * На рынке больше ценится дизайн, чем технологические свойства продукта.
- * Исследования и новые разработки ведутся только в области улучшения сенсорики.
- * В ароматизаторах разрабатывается технология, позволяющая снизить стоимость сырья на 15%.

1	2	3					4	5
Описание фактора	Влияние фактора	Экспертная оценка					Средняя оценка	Оценка с поправкой на вес
		1	2	3	4	5		
ПОЛИТИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ								
Фактор 1	1	5	4	3	5	4	4,2	0,16
Фактор 2	2	1	3	2	3	3	2,4	0,18
Фактор 3	1	2	1	1	3	3	2,0	0,07
...								
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ								
Фактор 1	3	5	5	5	5	5	5,0	0,56
Фактор 2	3	5	4	4	3	4	4,0	0,44
Фактор 3	2	1	2	3	1	1	1,6	0,12
...								
СОЦИАЛЬНО - КУЛЬТУРНЫЕ ФАКТОРЫ								
Фактор 1	3	3	2	3	2	2	2,4	0,27
Фактор 2	1	5	5	5	5	5	5,0	0,19
Фактор 3	2	3	4	5	5	4	4,2	0,31
...								
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ								
Фактор 1	3	3	1	3	1	2	2,0	0,22
Фактор 2	3	4	5	5	4	5	4,6	0,51
Фактор 3	3	3	4	5	2	4	3,6	0,40
...								
ОБЩИЙ ИТОГ	27						41,0	



* Спасибо за внимание!