

# 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		
<b>ПОЛИТИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ</b>								
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
...								
<b>ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ</b>								
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
...								
<b>СОЦИАЛЬНО - КУЛЬТУРНЫЕ ФАКТОРЫ</b>								
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
...								
<b>ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ</b>								
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
...								
<b>ОБЩИЙ ИТОГ</b>	<b>27</b>						<b>41,0</b>	



\* Спасибо за внимание!