

# **Анализ среды маркетинга**

# ***SWOT-анализ***

Расшифровка SWOT:

**S= Strengths**, сильные стороны товара;

**W=Weaknesses**, слабые стороны товара;

**O=Opportunities**, возможности компании;

**T=Threats**, угрозы компании.

# Этапы анализа

**Шаг 1:** определите сильные и слабые стороны  
продукта

## Ключевые факторы

*Свойства товара*

*Уровень  
осведомленности*

*Уровень лояльности*

*Восприятие торговой  
марки*

*Потребительские  
качества*

*Упаковка и внешний вид*

*Стоимость товара*

*Ассортиментный ряд*

*Патенты и технологии*

*Персонал и*

*интеллектуальный*

*Уровень дистрибуции*

*Представленность  
товара на полке в  
магазине*

*Преимущество в  
затратах*

*Возможности к  
инвестированию*

*Рекламное присутствие и  
методы продвижения*

*Гибкость и скорость  
реакции на изменения*

*Используемые  
технологии*

## **Шаг 2: определите угрозы и возможности для роста бизнеса**

- Возможности компании (O=Opportunities) – факторы внешней среды, которые позволят компании увеличить объем продаж или нарастить прибыль.
- Угрозы компании (T=Threats) – факторы внешней среды, которые могут снизить объем продаж или уровень прибыли компании в будущем.

# Порядок действий

- В поиске возможностей задайте себе вопрос: за счет каких факторов продажи и прибыль компании может вырасти?
- В поиске угроз задайте себе вопрос: какие тенденции изменения рынка, потребностей целевой аудитории, государственного и правового регулирования рынка, экономической ситуации в стране могут снизить продажи и прибыль моей компании?
- Ответы запишите в столбик и экспертно оцените вероятность их достижения/возникновения и потенциальный вклад в спад/прирост продаж.

# Факторы SWOT анализа, которые следует рассмотреть при оценке возможностей компании

1. Возможности по расширению сферы влияния компании, экспансия: новые рынки сбыта, новые страны или регионы продаж, охват новых видов товарных категорий или услуг.
2. Новые потребители на существующих рынках: охват новых целевых групп, на которые в настоящий момент компания не смогла выйти.
3. Возможности по увеличению частоты использования товаром или услугой существующих потребителей, а также увеличение суммы покупки.
4. Удовлетворение новой потребности потребителя за счет расширения ассортиментной группы.

# Факторы SWOT анализа, которые следует рассмотреть при оценке возможностей компании

5. Развитие технологий и введение программ, позволяющих снизить затраты компании.

6. Ослабление регулирования отрасли со стороны государства, прогнозируемое введение налоговых льгот и другое упрощение входа на рынок.

7. Улучшение экономической стабильности и рост покупательской способности аудитории.

8. Выход крупных игроков с рынка и прочее

# Факторы SWOT анализа, которые следует рассмотреть при оценке угроз компании

1. Изменение предпочтений, ценностей и стиля жизни потребителей, которое может привести к отказу от товара компании
2. Рост конкуренции на рынке для компании и действия со стороны конкурентов, способные отрицательно повлиять на объем продаж компании: вход крупных игроков; низкие барьеры для новых игроков; рост низко-стоимостных предложений конкурентов и развитие ценовых войн; утрата конкурентных преимуществ за счет открытого доступа к используемым технологиям, в том числе утрата патентного преимущества.
3. Ужесточение регулирования со стороны государства и введение правовых норм, повышающих затраты на существование в отрасли.

## **Факторы SWOT анализа, которые следует рассмотреть при оценке угроз компании**

4. Ослабление экономики и снижение покупательской возможности аудитории; повышение чувствительности к цене; повышение вероятности отказа от товаров, не являющихся товарами первой необходимости.
5. Рост затрат на производство, реализацию и поддержку товара, превышающий возможное повышение цен

## Шаг 3: заполните матрицу SWOT-анализа

Сильные стороны	Слабые стороны
1) ... 2) ...	1) ... 2) ...
Возможности	Угрозы
1) .. 2) ...	1) ... 2) ... и т.д.

# Шаг четвертый: подготовка выводов

- Выявите или разработайте основное конкурентное преимущество товара на основе сильных сторон
- Опишите способы развития возможностей компании за счет сильных сторон продукта
- Опишите, каким образом можно преобразовать слабые стороны в сильные, а угрозы в возможности для роста?
- Если такие преобразования невозможны, как компания может избежать слабых сторон и угроз, а также минимизировать их влияние на бизнес компании.
- Каким образом выявленные преимущества сделать очевидными для потребителя?
- Каким образом слабые стороны скрыть от потребителя?
- Каким образом в короткий срок реализовать возможности и нейтрализовать угрозы?

# PEST-анализ

PEST анализ является аббревиатурой следующих показателей отрасли:

- политические (P);
- экономические (E);
- социально — культурные (S);
- технологические (T).

# **P (Political) — факторы политико-правового окружения**

## **компании.**

- Изменится ли в ближайшее время законодательная база страны, рынка, отрасли, в которой функционирует компания? Повлияют ли изменения законодательной базы на деятельность компании (в первую очередь в сфере прибыльности бизнеса)?
- Необходимо обратить внимание на уровень вмешательства государства в бизнес компании. Значителен ли он? Будет ли изменяться в ближайшем будущем?
- Уровень коррумпированности отрасли и его влияние на деятельность компании?
- Отношение страны с другими странами или международными организациями. Будут ли меняться, упрощаться или усложняться такие

# **E (Economiсal) — факторы экономического состояния рынка.**

- Динамика развития экономики — спад, рост, стагнация
- Изменение курсов валют, стоимости капитала
- Изменение уровня безработицы
- Изменение уровня инфляции
- Изменение располагаемого дохода на душу населения
- Тенденции в банковской сфере

## **S (Socio — cultural) — факторы социального и культурного состояния рынка.**

- Изменение демографического состояния: движение населения (убыль или рост), поло-возрастная структура рынка, изменение расовой принадлежности
- Уровень образованности населения, в том числе уровень квалифицированности кадров
- Особенности менталитета, важные культурные ценности
- Изменение социальных слоев населения
- Изменение вкусов и предпочтений аудитории, устоявшиеся мифы и предубеждения

**T (Technological) — факторы, характеризующие технологический прогресс в отрасли.**

- Возможные изменения в ключевых технологиях, используемых на рынке (инновации в оборудовании, материалах, в бизнес-моделях и методах ведения бизнеса)
- Влияние интернет на развитие рынка
- Влияние мобильных технологий на развитие рынка
- Инновации в информационных технологиях, позволяющих более эффективно конкурировать на рынке

## **P (POLITICAL)**

- тип управления государством
- стабильность правительства
- свобода слова и нормы законодательства
- уровень бюрократии и коррупции
- тенденции к регулированию или дерегулированию
- законодательство в области труда и социальной помощи населению
- наиболее вероятные политические изменения на 3-5 лет

## **E (ECONOMICAL)**

- степень развития бизнес-структуры
- темпы роста экономики, % ставки, курс валют и уровень инфляции
- уровень безработицы, ситуация на рынке труда и стоимость труда
- степень глобализации экономики
- уровень располагаемого дохода населения
- степень развития банков
- наиболее вероятные изменения в экономике на 3-5 лет

## **S (SOCIO – CULTURAL)**

- численность населения, поло – возрастная структура населения
- здоровье, образование, социальная мобильность
- привычки и характер поведения работников, отношение к работе
- общественное мнение, нормы поведения и ограничения (табу)
- уровень и стиль жизни
- наиболее вероятные социально - культурные изменения на 3-5 лет

## **T (TECHNOLOGICAL)**

- вклад технологий в развитие рынка
- развитие интернет и мобильных устройств
- активность и развитие научно-технических исследований
- степень использования, внедрения и передачи технологий
- наиболее вероятные изменения в технологическом плане на 3-5 лет