

Карта SWOT деятельности торгового предприятия (таблица 1.)

Возможности	Баллы	Угрозы	Баллы
Рост производства отечественных товаров	3	Плохая адаптация к новым технологиям	5
Снижение уровня налоговой нагрузки	2	Низкая покупательная способность	5
Рост реальных доходов населения	3	Ценовая политика без учета издержек сбыта	5
Сокращение уровня безработных	4	Высокий уровень инфляции	5
Высокая репутация у потребителей	5	Изменение потребностей	5
Интеграция вперед и назад	4	Рост продаж изделий - -заменителей	4
Итого	21	Итого	39
Сильные стороны		Слабые стороны	
Работа на известный сегмент	3	Высокие издержки	5
Возможность обслуживать дополнительный сегмент	5	Недостаточный опыт в маркетинге. Отсутствие стратегий	4
Развитая система образования	5	Слабый менеджмент	5
Признанный лидер	4	Низкий уровень договорной работы	3
Обеспеченность торговыми площадями	3	Отсутствие компьютерных технологий	5
Хорошая реклама	5	Слабая сеть распределения	5
Итого	25	Итого	27

Карта SWOT деятельности торгового предприятия (таблица 2.)

		Возможности	Угрозы
		Баллы (21)	Баллы (29)
Сильные стороны	Баллы (25)	25x21=525	25x29=725
Слабые стороны	Баллы (27)	27x21=567	27x29=783

*Баллы в таблицах означают значимость показателя, его влияние соответственно на возможности, на угрозы, на сильные стороны и на слабые стороны:
5- очень высокое значение, 4 – высокое, 3 - среднее, 2 – низкое, 1 – очень низкое.*

Таблица 3 (1). Альтернативные стратегии коммерческой деятельности предприятия торговли в зависимости от результатов SWOT – анализа и основной цели деятельности

Поле матрицы SWOT	Основная деятельность	Стратегия деятельности	Стратегические альтернативы
Сила и возможности (СИБ)	Получение максимальной прибыли	Стратегия роста (использование сильных сторон Фирмы для реализации возможностей, связанных с внешней средой ее деятельности)	<p>1. Концентрированный (интенс.) рост :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Проникновение на рынок • Поиск новых рынков • Развитие новых форм торговли. <p>2. Интегрированный рост:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Вертикальная интеграция (объединение: поставщик-магазин) • Горизонтальная интеграция (контроль или объединение конкурентов) <p>3. Диверсифицированный рост:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Концентрическая диверсификация (более полное использование рынка) • Горизонтальная диверсификация (реализация принципиально товаров) <p>4. Конгломеративная диверсификация (включение в бизнес – портфель новых сфер бизнеса, покупка фирм, освоение новых рынков.)</p>

Таблица 3 (2). Альтернативные стратегии коммерческой деятельности предприятия торговли в зависимости от результатов SWOT – анализа и основной цели деятельности

Поле матрицы SWOT	Основная деятельность	Стратегия деятельности	Стратегические альтернативы
Сила и угрозы (СИУ)	Завоевание лидерства на рынке	Стратегия роста, направленная на смягчение внешних угроз на рынке	<ol style="list-style-type: none"> 1. Диверсификация – освоение новых рынков 2. Интеграция с конкурентами для ослабления угроз с их стороны
Слабость и возможности (СЛВ)	Рост объема продаж	Стратегия Стабильности (ограниченного роста-минимизации влияния слабых сторон фирмы)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сокращение издержек обращения 2. Ориентация на инновации 3. Открытие новых магазинов 4. Интеграция с партнерами, Открытие новых СП, для компенсации внутренних слабостей и работы на перспективных рынках.

