SWOT-анализ и PEST-анализ

Левина Светлана Александровна
кандидат социологических наук,
доцент кафедры связей с общественностью

SWOT-анализ

- S — strenghts — сильные стороны
 - W — weaknesses — слабые стороны
 - O — opportunities — возможности
 - T — threats — опасности, угрозы
-

Потенциальные
внутренние сильные
стороны (S):

Потенциальные
внутренние слабости(W):

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

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
Устарелые технология и оборудование
Потеря глубины и гибкости
управления

Слабая сеть распределения

Слабые позиции в НИОКР

Слабая политика продвижения

Потенциальные внешние
благоприятные
возможности (О):

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 внешние
угрозы (Т):

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

Матрица возможностей

Степень влияния	Сильное	Умеренное	Малое
Вероятность использования			
Высокая	ВС	ВУ	ВМ
Средняя	СС	СУ	СМ
Низкая	НС	НУ	НМ

Матрица угроз

Степень влияния Вероятность реализации	Разрушение	Критическое состояние	Тяжелое состояние	Легкие ушибы
Высокая	ВР	ВК	ВТ	ВЛ
Средняя	СР	СК	СТ	СЛ
Низкая	НР	НК	НТ	НЛ

Профиль среды

Оценка факторов среды по шкалам:

Важность для отрасли (А)

3 — сильная важность, 2 — умеренная, 1 — слабая

Влияние на организацию (В)

3 — сильное, 2 — умеренное, 1 — слабое, 0 — не влияет

Направленность влияния (С)

+1 — позитивное влияние, -1 — негативное влияние

Степень важности $D=A*В*С$

Основные факторы PEST анализа

- Р политические факторы
 - Е экономические факторы
 - S социально — культурные факторы
 - Т технологические факторы
-

P (Political) — факторы политико-правового окружения компании

- ключевые изменения в области политической стабильности и правового регулирования
 - законодательная база
 - уровень вмешательства государства
 - уровень бюрократии и коррумпированности отрасли
 - отношение страны с другими странами или международными организациями
-

E (Economic) — 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 технологического прогресса в отрасли

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