Підготувати SWOT, SNW,PEST –аналіз існуючого підприємства!!!

ПРИКЛАД:

ПРИКЛАД 1

Аналіз сильних та слабких сторін підприємства у сфері виробництва

|  |  |
| --- | --- |
| Чинники | Запитання для аналізу |
| 1 | 2 |
| 1. Вартість сировини та її доступність, відносини з постачальниками | Чи виробничі потужності відповідають сучасним вимогам? |
| 2. Система контролю запасів, обіг запасів | Наскільки ефективно використовуються виробничі потужності, чи є можливості розширення виробничої бази?  Яка віддача від досліджень та розробок?  Чи призводять НДР до створення нових продуктів? |
| 3. Місцезнаходження виробництва |
| 4. Економія від масштабу виробництва |
| 5. Ефективність використання потужностей, прогресивність обладнання |
| 6. Ступінь вертикальної інтеграції, чиста продукція, прибуток |
| 7. Контроль за процесом приготування продукту |
| 8. Закупівля |
| 9. Дослідження та розробка, інновації |
| 10. Патенти, торгові марки та аналогічні форми захисту товару |
| 11. Розмір витрат |

Оцінка факторів сильних та слабких сторін підприємства дається порівняно з ринковим лідером за інтервальною шкалою шляхом присвоєння кожному фактору певної ваги, наприклад, від 1 (незначний) до 5 (видатний).

Приклад 2

Сильні та слабкі сторони підприємства

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показники | Ступінь важливості показника  (у балах від 1 до 3) | Бальна оцінка  конкурентоспроможності | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Сильні сторони:  наявність оригінальних конструкторських розробок  економічність експлуатації  невеликі габарити та хороша маневреність | 3  2  3 |  |  | \* | \* | \* |
| Разом |  | 31 | | | | |
| Слабкі сторони:  вузький асортимент продукції, невисока частка продукції  негнучка цінова політика  нерозвинена збутова мережа | 3  2  2 |  |  | \*  \* | \* |  |
| Разом |  | 24 | | | | |

***Загальні положення.****PEST-аналіз полягає у виявленні та оцінці впливу факторів макросередовища на результати поточної та майбутньої діяльності підприємства.*

Виділяють чотири групи факторів, найбільш суттєвих для стратегії підприємства:

* політико-правові,
* економічні,
* соціокультурні,
* технологічні.

### Аналіз зазначених факторів отримав назву PEST-аналізу

PEST – це абревіатура чотирьох англійських слів: P – Political–legal – політико-правові, E – Economic – економічні, S – Sociocultural – соціокультурні, T – Technological forces – технологічні чинники.

Таблиця 3

PEST-аналіз факторів макросередовища

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Політика | Р | Економіка | Е |
| 1. Урядова стабільність  2. Зміна законодавства  3. Державний вплив на галузі, включаючи частку держвласності  4. Державне регулювання  конкуренції у галузі  5. Податкова політика | | 1. Загальна характеристика економічної ситуації (підйом, стабілізація, спад)  2. Курс національної валюти та ставка рефінансування  3. Рівень інфляції  4. Рівень безробіття  5. Ціни на енергоресурси | |
| Соціум | S | Технологія | Т |
| 1. Демографічні зміни  2. Зміна структури доходів  3. Ставлення до праці та відпочинку  4. Соціальна мобільність населення  5. Активність споживачів | | 1. Державна технічна політика  2. Значні тенденції у сфері НДДКР  3. Нові продукти (швидкість оновлення та освоєння нових технологій)  4. Нові патенти | |

### *Порядок проведення*PEST-аналізу. Вирізняють такі етапи проведення зовнішнього аналізу:

*1.*Розробляється перелік зовнішніх стратегічних факторів, що мають високу ймовірність реалізації та впливу на функціонування підприємства.

*2*. Оцінюється значущість (імовірність здійснення) кожної події для даного підприємства шляхом присвоєння йому певної ваги від одиниці (найважливіше) до нуля (незначне). Сума ваг має дорівнювати одиниці, що забезпечується нормуванням.

*3*. Дається оцінка ступеня впливу кожного фактора – події на стратегію підприємства за 5-бальною шкалою: «п'ять» – сильний вплив, серйозна небезпека; "одиниця" - відсутність впливу, загрози.

*4*. Визначаються зважені оцінки шляхом множення ваги чинника з його впливу і підраховується сумарна зважена оцінка цього підприємства.

Сумарна оцінка вказує на ступінь готовності підприємства реагувати на поточні та прогнозовані фактори зовнішнього середовища.

**Результати аналізу зовнішніх стратегічних**

**факторів (умовний приклад)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Зовнішні стратегічні чинники | Вага | Оцінка | Зважена оцінка |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| Можливості  Сприятлива демографічна ситуація  Розвиток роздрібної мережі  Державна підтримка малого бізнесу  Економічна стабілізація | 0,05  0,10  0,20  0,15 | 4  2  5  1 | 0,20  0,20  1,00  0,15 |
| Загрози  Посилення державного регулювання  Конкуренція на ринку  Нові технології | 0,15  0,10  0,15 | 4  4  2 | 0,60  0,40  0,30 |
| Зниженняактивності споживачів | 0,10 | 2 | 0,20 |
| Сумарна оцінка | 1,0 |  | 3,05 |

У разі оцінка 3,05 показує, що реакція підприємства на стратегічні чинники довкілля перебуває в середньому рівні.

**SNW – аналіз – це вдосконалений SWOT-аналіз**

* **Strength (сильна сторона)**
* **Neutral (нейтральна сторона)**
* **Weakness (слабка сторона).**

На відміну від аналізу слабких і сильних сторін за матрицею SWOT-аналіз, SNW - аналіз також пропонує середньоринковий стан (N).

Основна причина додавання нейтральної сторони є те, що «часто для перемоги в конкурентній боротьбі може виявитися достатнім стан, коли дана конкретна організація щодо всіх своїх конкурентів по всіх ключових позиціях перебуває в стані N, і тільки по одній у стані S».