

Стратегическая диагностика: анализ внешнего окружения

Внешний анализ

Анализ потребителей

Анализ конкуренции

Анализ рынка

Анализ внешней среды и
оценка неопределенностей

Экономические факторы
Экологические факторы
Социально-культурные факторы
Политические факторы
Технологические факторы
Глобальные факторы
Макроэкономические характеристики
Анализ пяти сил Портера
Тенденции развития отрасли
Сегментация отрасли
Анализ стратегических групп

Факторы внешнего окружения компании



Факторы, учитывающиеся при проведении PEST анализа

Факторы «Р» (Political) – это факторы политико-правового окружения.

Факторы «Е» (Economic) – это факторы экономического окружения:
изменение уровней инфляции и безработицы в бизнес-среде,
изменение курсов валют, стоимости капитала, фондовых рынков,
общую динамику развития экономики (рост \ спад).

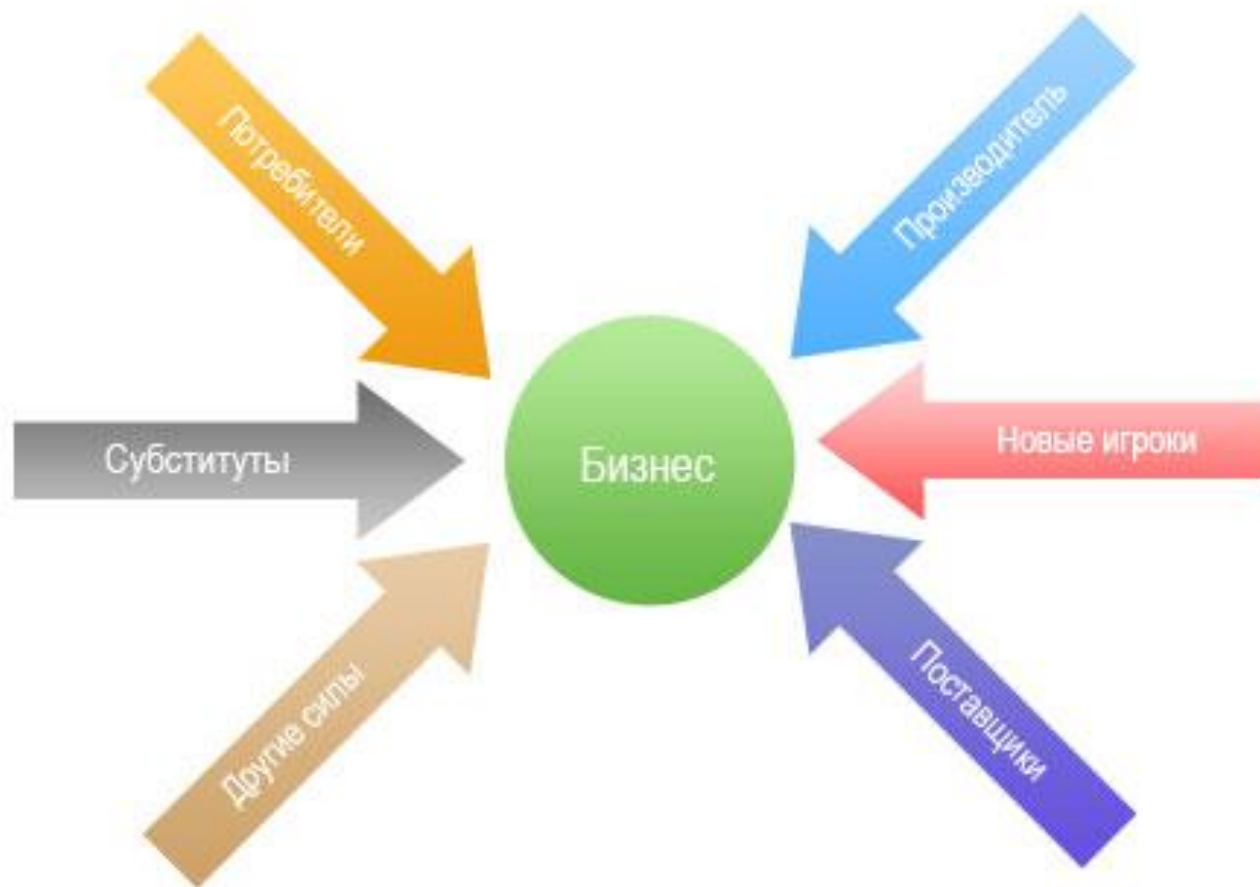
Факторы «S» (Social) – это факторы социального окружения,
включающие в себя такие аспекты, как демографическая ситуация
(рождаемость, уровень образования), особенности менталитета,
культурные особенности, вкусы, предпочтения.

Факторы «Т» (Technological) – это факторы технологического окружения,
в процессе анализа которых компания должна оценить влияние
отраслевых технологий (инновации в технологиях, оборудовании,
материалах), Интернета, информационных технологий.

Факторы, учитывающиеся при проведении PEST анализа

Социо-культурные тенденции Базовые ценности Тенденции поведения Имидж компании и бренд Событийная картина Потребительские предпочтения Демография Законодательство относительно социального регулирования Структура расходов и доходов Связи с общественностью	Технологические новшества Финансирование НИОКР Конкурентные технологии Потенциал инноваций Проблемы интеллектуальной собственности Зрелость технологий Производственная емкость
Влияние экономической конъюнктуры Общая экономическая ситуация Основные издержки (энергоснабжение, транспорт, сырье, коммуникации) Уровень инфляции Тенденции экономического роста/спада Структура налогообложения Инвестиционный климат Динамика ставки рефинансирования Специфика спроса	Политическое влияние Законодательство Регулирующие органы и нормы Торговая политика Финансирование, гранты и инициативы Лоббизм Экологические проблемы

Анализ ближнего окружения



Одним из инструментов анализа степени влияния субъектов рынка на бизнес компании является модель Портера «5 сил» или ее расширенная версия «9 сил».

Анализ ближнего окружения

Сила потребителей: Имеют ли потребители достаточный выбор, насколько эластичен спрос на товар?

Сила аналогичного продукта: Существуют ли или могут ли быть выпущены близкородственные товары, которые при прочих равных условиях предпочтут потребители?

Сила поставщиков: Достаточно ли продукции на рынке? Существует ли какой-либо сегмент добавленной стоимости, который позволит конкурировать с другими поставщиками?

Сила существующих производителей: Каково положение компаний, которые в данный момент борются за рынок? Какие методы конкуренции они используют?

Сила новых участников: Каковы вероятность того, что на рынке появятся новые игроки? Как они будут действовать?

Сила других заинтересованных лиц: включает дополнительные четыре фактора, предложенные Э. Мэтьюзом, а именно: государство, глобализация, экология и технологии.

Структура источников информации для стратегического анализа внешнего окружения

