

SWOT-анализ продажи прибалтийской колбасы в СЗФО (фрагмент бизнес-плана)

4.1. Стратегия развития

В следующей таблице приведена экспертная оценка факторов, влияющих на бизнес, развитие которого будет осуществляться в рамках рассматриваемого проекта (PEST-анализ).

Факторы	Ранг	Влияние на бизнес	Комментарии
Политические			
Вступление России в ВТО	1	+	Вступление России в ВТО связано со снижением ввозных пошлин. Для рассматриваемого проекта данный фактор является положительным.
Экономические			
Инфляция	1	-	Принимая во внимание эластичный спрос на колбасную продукцию, рост цен в результате инфляционных процессов может оказать существенное влияние на деятельность предприятия.
Рост покупательной способности потребителей	3	+	С ростом покупательской способности интересы населения расширяются, внимание потребителей переключается с товаров первой необходимости на товары с особыми качествами, к которым относятся продукты, выпускаемые в рамках рассматриваемого проекта.
.....		
Социальные			
Рост популярности здорового образа жизни среди населения	3	+	В настоящее время пропаганда здорового образа жизни ведется на государственном уровне, постепенно обеспечивая позитивные сдвиги в системе ценностей населения. Благодаря своим ценным потребительским качествам, колбасные изделия, выпускаемые в рамках рассматриваемого проекта, могут использоваться для здорового питания.
.....		
Технологические			
Новые продукты, товары	1	+	Колбасы без свинины, колбасы из дичи является относительно новым продуктом на российском рынке, что вызывает интерес у потребителей.
.....		

Таблица 1. PEST-анализ

Ранжирование факторов в приведенной выше таблице производится по трехбалльной системе. Влияние на бизнес: «+» – положительное, «-» – отрицательное, «0» – влияние незначительно или отсутствует.

В следующей таблице приведен анализ сильных и слабых сторон организуемого предприятия.

Стороны	Ранг
Сильные стороны	
Применение современных технологий и оборудования	3
Высокое качество продукции, оригинальные рецепты	3
.....	
Слабые стороны	
Отсутствие собственного производства мяса	3
.....	

Таблица 2. Анализ сильных и слабых сторон организуемого предприятия

Далее приведено сопоставление сильных и слабых сторон с возможностями и угрозами для бизнеса (SWOT-анализ). В качестве возможностей используются факторы, положительно влияющие на бизнес, в качестве угроз – факторы отрицательного влияния.

В каждом списке факторы сопоставляются друг с другом. Порядок сопоставления приведен в следующей таблице.

	Возможности	Угрозы
Сильные стороны	<p>Поле СиВ (сильные стороны и возможности)</p> <p><i>Позволяют ли эти сильные стороны получить преимущества благодаря этой возможности?</i></p>	<p>Поле СиУ (сильные стороны и угрозы)</p> <p><i>Позволяют ли эти сильные стороны избежать этой угрозы?</i></p>
Слабые стороны	<p>Поле СлВ (слабые стороны и возможности)</p> <p><i>Препятствуют ли эти слабые стороны использовать эту возможность?</i></p>	<p>Поле СлУ (слабые стороны и угрозы)</p> <p><i>Препятствуют ли эти слабые стороны избежать этой угрозы?</i></p>

Таблица 3. Порядок сопоставления факторов при проведении SWOT-анализа

Положительные ответы на приведенные в представленной выше таблице вопросы помечаются символом «√».

В следующей таблице приведен SWOT-анализ.

		Возможности			Угрозы		
		1. Рост покупательной способности потребителей	6. Инфляция
Сильные стороны	1. Применение современных технологий и оборудования						
						
						
Слабые стороны	4. Отсутствие собственного производства мяса						
						

Таблица 4. SWOT-анализ

На основании выполненного SWOT-анализа разработан перечень стратегических инициатив, позволяющих использовать сильные стороны и возможности, компенсировать слабые стороны и минимизировать угрозы, представленный в следующей таблице. В столбце «Номера» этой таблицы внесены номера пар «сторона предприятия – фактор среды», в интересах которых сформулирована инициатива. Номера пар формируются путем объединения номеров соответствующих строк и столбцов предыдущей таблицы, т.е., номер «01-01» соответствует паре «сторона №1 - фактор №1».

№	Стратегическая инициатива	Номера
Использование сильных сторон и возможностей		
1.	Создание и продвижение собственного бренда	01-01 01-02 01-03 01-04 02-01 02-02 02-03 02-04
2.	Организация работы по популяризации здорового питания и здорового образа жизни.	02-01 02-02 02-04
3.
Компенсация слабых сторон		
4.	Поиск стратегических партнеров на поставку мяса (сырья) и заключение с ними долгосрочных договоров	04-06 04-07 04-08
5.
Минимизация угроз		
6.	Развитие собственного бренда	01-07 01-08
7.	
8.	
9.	
10.	


Таблица 5. Стратегические инициативы


Для осуществления стратегических инициатив разработан перечень мероприятий по их реализации, приведенный в следующей таблице.

Стратегические инициативы	Мероприятия
---------------------------	-------------

Стратегические инициативы	Мероприятия
Создание и продвижение собственного бренда Развитие собственного бренда	1. Разработка фирменного стиля компании, дизайна логотипов, презентационных материалов, упаковки, печатной продукции, рекламных модулей и т.д. 2. Разработка сайта компании. 3.
Организация работы по популяризации здорового питания и здорового образа жизни в регионе.	4. Участие в мероприятиях, проводимых в регионах, в качестве участника или спонсора. Мероприятия могут иметь оздоровительную направленность: спортивные соревнования, спортивные игры, туристические слеты/походы; или пропагандировать здоровое питание: тематические выставки, дегустации. 5.
.....	6.
.....	7.
.....	8.
.....	9.

Таблица 6. Мероприятия по реализации стратегических инициатив

 На нашем сайте вы можете ознакомиться с [процедурой заказа и разработки SWOT-анализа](#). Читайте о возможностях **оптимизации расходов** на эту услугу в разделе ["Стоимость проведения SWOT-анализа предприятия"](#).

 Если вы [заполните эту форму](#), мы [подготовим коммерческое предложение на проведение SWOT-анализа](#) с учётом специфики вашей задачи.