

Матриця SWOT

На основі експертних оцінок маркетингового середовища складіть перелік можливостей та загроз підприємства, а також його сильних та слабких сторін. Складіть матрицю SWOT. Проаналізуйте ступінь впливу середовища на діяльність організації. Надайте пропозиції по оптимізації діяльності

Таблиця 1. – Результати аналізу факторів макро-, мікро- та внутрішнього середовища

№ з/п	Фактори	Напрямок впливу фактору	Значимість факторів для галузі	Інтегральний показник (=3x4)
1	2	3	4	5
1	МАКРОСЕРЕДОВИЩЕ			
1.1.	Зниження обсягів виробництва	-1	3	
1.2.	Жорстка податкова політика	-1	2	
1.3.	Постійна зміна законодавства	-1	2	
1.4.	Розвиток інфляції	-1	3	
1.5.	Недосконала економічна політика	+1	3	
1.6.	Погіршення демографічної ситуації	+1	3	
1.7.	Зниження народжуваності	+1	1	
1.8.	Зниження культурного рівня	+1	2	
1.9.	Забруднення навколишнього середовища	-1	2	
1.10.	Втілення нових технологій	-1	3	
1.11.	Нові продукти	+1	1	
1.12.	Наявність природних ресурсів	-1	1	
1.13.	Високий науково-технічний потенціал	-1	1	
1.14.	Фінансова криза	-1	3	
1.15.	Наявність природних ресурсів	+1	1	
1.16.	Рівень освіти населення	-1	2	
1.17.	Фінансування наукомістких галузей	-1	2	
1.18.	Свобода ціноутворення	+1	3	
	ВСЬОГО			
2	МІКРОСЕРЕДОВИЩЕ			
2.1.	Відношення покупців до продукції	+1	2	
2.2.	Можливості споживача по вибору продавців аналогічного товару	+1	3	
2.3.	Наявність сильних сторін підприємства	-1	3	
2.4.	Можливість потенційних споживачів	+1	2	
2.5.	Налагодження нових господарських зв'язків	+1	3	
2.6.	Позиція підприємства порівняно з конкурентом	-1	3	
2.7.	Свобода вибору підприємством постачальників	+1	3	
2.8.	Своєчасність поставки продукції	-1	3	
2.9.	Контроль якості за продукцією	-1	3	
2.10.	Наявність великої кількості дрібних конкурентів	-1	1	
2.11.	Вивчення конкурентів	-1	2	
2.12.	Ціни підприємства порівняно з конкурентами	-1	3	
	ВСЬОГО			
3	ВНУТРІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ			
3.1.	Відсутність стратегічних напрямів розвитку	-1	3	
3.2.	Система моніторингу конкурента	-1	3	
3.3.	Маркетингові можливості	-1	2	
3.4.	Фінансові можливості	+1	2	
3.5.	Організаційна структура апарату управління	+1	2	
3.6.	Рівень кваліфікації робітників підприємства	-1	3	
3.7.	Орієнтація підприємства на прибуток	-1	2	
3.8.	Гнучкість системи ціноутворення	-1	2	
3.8.	Заходи по стимулюванню збуту	+1	3	
3.10.	Собівартість продукції	-1	2	
3.11.	Продуктивність праці	+1	3	
3.12.	Служба маркетингу	+1	1	
	ВСЬОГО			