

Алексеева М.О.,

студент

3 курс, Институт экономики управления и финансов

Марийский государственный университет

Россия, г. Йошкар-Ола

Тимофеева Е.А.,

студент

3 курс, Институт Экономики, Управления и Финансов

Марийский Государственный Университет

Россия, г. Йошкар-Ола

ПРОВЕДЕНИЕ SWOT-АНАЛИЗА И PEST-АНАЛИЗА НА ПРИМЕРЕ ООО «БРИДЖ-ТУР»

***Аннотация:** В работе рассмотрены SWOT-анализ и PEST-анализ для анализа внешней среды предприятия, сильных и слабых сторон, а также определения возможностей угроз для минимизации рисков и усиления конкурентной позиции хозяйствующего субъекта. Анализ проведен на примере туристической фирмы ООО «Бридж-Тур».*

***Ключевые слова:** SWOT-анализ, PEST-анализ, маркетинговое исследование, рынок, туризм.*

***Annotation:** The paper considers SWOT-analysis and PEST-analysis to analyze the external environment of the enterprise, strengths and weaknesses, as well as identify threats to minimize risks and strengthen the competitive position of the economic entity. The analysis is carried out on the example of the travel company "Bridge Tour".*

***Keywords:** SWOT analysis, PEST analysis, marketing research, market, tourism.*

Для получения полной картины положения предприятия на рынке и определения внутренних проблем и сильных сторон используют SWOT-анализ. Данный метод также помогает определить возможные риски при осуществлении деятельности и перспективы развития хозяйствующего субъекта. Для анализа внешней среды предприятия используется PEST-анализ. Он необходим при маркетинговых исследованиях рынка, на котором организация ведет свою деятельность.

На примере ООО «Бридж-Тур» – предприятие, деятельность которого заключается в подборе и продажи туристических услуг – проведены SWOT и PEST- анализы. В таблице 1 представлены результаты проведения SWOT-анализа.

Таблица 1 – SWOT-анализ ООО «Бридж-Тур»

Сильные стороны	Слабые стороны
<p>Образованное и динамичное руководство;</p> <p>Отлаженная система взаимодействия с ведущими туроператорами;</p> <p>Растущий из года в год поток туристов (в том числе наличие внутреннего спроса);</p> <p>Хорошая репутация фирмы у потребителя;</p> <p>Стабильное положение на рынке;</p> <p>Налаженная технология работы;</p> <p>Наличие интернет сайта турфирмы;</p> <p>Сформированный имидж.</p>	<p>Сбои в коммуникациях;</p> <p>Недостатки в рекламной политике;</p> <p>Средний уровень цен;</p> <p>Низкий уровень сервиса (дополнительные услуги);</p> <p>Неучастие персонала в принятии управленческих решений;</p> <p>Недостаточный контроль исполнения приказов и распоряжений.</p>
Возможности	Угрозы
<p>Расширение круга потребителей;</p> <p>Выход на новые сегменты рынка, развитие новых направлений деятельности;</p> <p>Расширение продуктовой линии с целью удовлетворения потребностей большого числа клиентов;</p> <p>Улучшение качества обслуживания клиентов;</p>	<p>Появление сильного конкурента на рынке;</p> <p>Снижение темпов роста рынка;</p> <p>Неблагоприятное изменение валютного курса;</p> <p>Спад в экономике;</p> <p>Изменения во вкусах и предпочтениях потребителей;</p>

<p>Модернизация технических процессов;</p> <p>Выход на региональный рынок;</p> <p>Наличие стимулирующих программ и налоговых льгот;</p> <p>Повышение уровня жизни населения, следовательно, увеличение платежеспособного спроса.</p>	<p>Ухудшение политических отношений с другими странами;</p> <p>Неблагоприятные изменения климата в других странах;</p> <p>Нестабильные ситуации, как в России, так и в других странах;</p> <p>Технологическое отставание от основных конкурентов.</p>
--	---

Таким образом, на основании таблицы 1 можно сделать следующие выводы:

1) Сбои в коммуникациях можно предотвратить с помощью умелого руководства. Выход на новые сегменты рынка, развитие новых направлений деятельности позволит нарастить темпы роста рынка. Появление сильного конкурента может спровоцировать кризис на предприятии. Для его преодоления необходимо улучшение качества обслуживания клиентов, модернизация технических процессов. Изменение во вкусах и предпочтениях потребителей можно преодолеть путем расширения продуктовой линии. Ухудшение политических отношений с другими странами послужит причиной переориентировки рынка и открытия новых сфер деятельности. Повышение уровня жизни населения может способствовать тому, что деятельность предприятия будет направлена на страны с высоким уровнем экономического развития. Неблагоприятное изменение климата в других странах может спровоцировать рост популярности зимних видов отдыха, что означает выход на региональный рынок.

2) Сбои в коммуникациях преодолевает образованное и динамичное руководство. Для преодоления таких ситуации в будущем необходимо постоянное получение новых знаний, то есть предоставление курсов по повышению квалификации управленческого персонала. Средний уровень цен обеспечивается постоянно растущим потоком клиентов. Существующие проблемы в рекламной политике можно решить с помощью профессионально

разработанной маркетинговой кампании. Неучастие персонала в управленческой деятельности возникло из-за недостаточного делегирования полномочий. Низкий уровень сервиса может способствовать в будущем оттоку клиентов от данной туристической компании. Поэтому необходимо наладить автоматизм для того чтобы клиент смог самостоятельно без личного посещения предприятия оформить путевку на сайте.

Результаты проведения PEST-анализа ООО «Бридж-Тур» представлены в таблице 2.

Таблица 2 – PEST-анализ ООО «Бридж-Тур»

Политические факторы	Экономические факторы
<p>Нестабильная политическая ситуация в стране;</p> <p>Принятие благоприятного закона в отрасли туризма;</p> <p>Повышение ставок налогообложения;</p> <p>Визовые режимы между странами;</p> <p>Подписание договоров и сделок с зарубежными странами.</p>	<p>Рост инфляции;</p> <p>Слабая покупательская способность;</p> <p>Продолжение экономического роста региона;</p> <p>Повышение цен на транспортные услуги;</p> <p>Повышение налогов с фонда оплаты труда;</p> <p>Неблагоприятный деловой климат.</p>
Социальные факторы	Технологические факторы
<p>Отсутствие у значительной части населения сбережений;</p> <p>Возможность изучения и применения зарубежного опыта и использование эффективных методов управления человеческими ресурсами;</p> <p>Боязнь поездок за рубеж у части населения;</p> <p>Боязнь авиаперелетов;</p> <p>Незначительное число туристов, умеющих самостоятельно организовать отдых за рубежом;</p> <p>Снижение рождаемости.</p>	<p>Возможность внедрения программ информатизации и развития экономической деятельности на основе интернет-технологий и иных современных информационных технологий, системы электронной коммерции;</p> <p>Современные транспортные средства.</p>

На основании таблицы 2 можно сделать следующие выводы:

Огромное влияние на деятельность предприятия оказывают политические факторы. Постоянные изменения в законодательстве побуждают руководство предприятия вносить изменения в деятельности предприятия. Происходит ужесточение контроля в плане налогов. С 1 января 2019 года произойдет увеличение НДС с 18% до 20%. По оценке Банка России такие меры могут привести к увеличению инфляции и снижению покупательской способности населения. Боязнь поездок за рубеж и отсутствие накоплений служит большим барьером для большинства людей при организации отдыха. Из-за этого люди отказываются от путешествий. ООО «Бридж-Тур» может предложить своим клиентам отдых в республике Марий Эл. Местная природа и достопримечательности позволяют компенсировать зарубежный отдых и значительно сэкономить средства. Незначительное число туристов, умеющих самостоятельно организовать отдых за рубежом, не пользуются услугами компании, а это значит, что большинство людей нуждаются в услугах туристских фирм. Внедрение новых технологий требует достаточного финансирования, что возможно при росте числа клиентов организации.

ЛИТЕРАТУРА

1. Котлер, Ф. Стратегический менеджмент по Котлеру: Лучшие приемы и методы. / Ф. Котлер. - М.: Альпина Паблишер, 2016. - 132 с.
2. Малюк, В.И. Стратегический менеджмент, организация стратегического развития: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / В.И. Малюк. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 361 с.
3. Молчанова, О.П. Стратегический менеджмент некоммерческих организаций: Учебник для бакалавриата и магистратуры / О.П. Молчанова. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 261 с.