

## Контрольная работа для заочного отделения фармацевтического факультета

### ВАРИАНТ 4 СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

**Цель работы:** научиться проводить стратегический анализ внешней среды организации. Получить практические навыки проведения SWOT- анализа, PEST- анализа и SNW- анализа внутренних ресурсов фармацевтической организации.

#### 4.1. SWOT-АНАЛИЗ КАК ПЕРВИЧНЫЙ СТРАТЕГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

##### Методические указания

**SWOT-анализ** – это аббревиатура четырех английских слов:

S - Strengths	сильные стороны
W- Weaknesses	слабые стороны
O - Opportunities	возможности
T - Treats	угрозы

SWOT-анализ позволяет выявить и структурировать сильные и слабые стороны фирмы, а также потенциальные возможности и угрозы. Пример SWOT-анализа см. в таблице 2.

Последовательность проведения SWOT-анализа заключена в 2-х этапах. На первом этапе заполняется квадрант «Возможности»- затем квадрант «Угрозы». На втором этапе сначала заполняется квадрант «Сильные стороны», а затем квадрант «Слабые стороны». Технически SWOT-анализ сводится к правильному заполнению таблицы представленной в виде трафарета (табл. 3).

##### Задание:

1. Проведите стратегический SWOT- анализ для конкретного фармацевтического предприятия. Сферу SWOT- анализа выберите самостоятельно (по конкретному продукту, по отдельному виду бизнеса предприятия, по специализированному виду деятельности, по отдельной подсистеме).

2. Используя правила и этапы проведения SWOT- анализа заполните трафарет (табл. 2). В каждой квадранте (S,W,O,T) должно быть минимум 15 позиций. Сделайте соответствующие выводы, используя табл. 4.

Таблица 2.

**SWOT-анализ как первичный стратегический анализ  
«Гродненская птицефабрика»  
на период 5-летней общей стратегии**

Возможности		O	Сильные стороны		S
1	Государственное регулирование цен	1	1	Ориентация на отечественного покупателя	
2	Постоянный спрос на диетический продукт	2	2	Относительная конкурентоспособность у местного рынка	
3	Новые разработки Бел ЗОПС	3	3	Высококвалифицированный персонал	
Угрозы		T	Слабые стороны		W
1	Низкая покупательная способность населения РБ	1	1	Высокая степень выбраковки	
2	Рост издержек производства	2	2	Износ оборудования и технологий	
3	Конкуренция со стороны западных и отечественных производителей	3	3	Неэффективная эксплуатация некоторых технологических линий	

Таблица 3.

#### SWOT-анализ как первичный стратегический анализ

наименование организации  
на период k-летней общей стратегии

Возможности		O	Сильные стороны		S
1			1		
2			2		
3			3		

# СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

4		4		
...		...		
$n_1$		$n_2$		
<b>Угрозы</b>		<b>T</b>	<b>Слабые стороны</b>	
1		1		
2		2		
3		3		
4		4		
...		...		
$m_1$		$m_2$		

ВНЕШНЯЯ СРЕДА

↑

КОМПАНИЯ

↑

Таблица 4.

## Swot-анализ

	<i>Opportunities</i> <b>Возможности</b>	<i>Threats</i> <b>Угрозы</b>
<i>Strengths</i> <b>Сильные стороны</b>	<b>Силы и Возможности</b> (Объекты приоритетного развития) Следует разработать стратегию сильных сторон организации для того, чтобы получить отдачу от возможностей, которые появляются во внешней среде.	<b>Силы и угрозы</b> (Объекты неопределенности) Стратегия должна предполагать использование силы организации для устранения угроз.
<i>Weaknesses</i> <b>Слабые стороны</b>	<b>Слабости и Возможности</b> (Объекты реформирования) Стратегия должна быть построена таким образом, чтобы за счет появившихся возможностей попытаться преодолеть имеющиеся в организации слабости.	<b>Слабости и угрозы</b> (Объекты реформирования) Выработка стратегии: избавиться от слабостей и попытаться предотвратить нарастающую угрозу.

## 4.2. PEST- АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ, ИМЕЮЩИХ СУЩЕСТВЕННОЕ ЗНАЧЕНИЕ ДЛЯ КОРПОРАТИВНОЙ СТРАТЕГИИ

### Методические указания

**PEST** – это аббревиатура четырех английских слов:

- P-** Policy                                      политика  
**E-** Economy                                    экономика  
**S-** Society                                      общество (социум)  
**T-** Technology                                технология.

PEST-анализ выделяет четыре основные группы. Посредством данного инструмента стратегического анализа исследуются политический, экономический, социокультурный и технологический аспекты внешней среды организации. Технически PEST-анализ сводится к правильному заполнению таблицы представленной в виде трафарета (табл. 5).

Таблица 5

### Pest-анализ

тенденций, имеющих существенное значение для корпоративной стратегии

\_\_\_\_\_ (наименование организации)  
на перспективу до \_\_\_\_\_ г.

<b>P</b>	<b>Политика</b>	<b>E</b>	<b>Экономика</b>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>

# СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

1	<b>Выборы Президента</b>	1	Общая характеристика экономической ситуации (подъем, стабилизация, спад), в т.ч. динамика ВВП по годам стратегической перспективы
2	Выборы Национального собрания	2	Уровень инфляции
3	Изменение законодательства	3	Динамика курса валюты
4	Отношения организации с регулятором	4	Динамика ставки рефинансирования НБ РБ
5	Государственное влияние в отрасли, включая долю госсобственности	5	Инвестиционная активность
6	Государственное регулирование конкуренции в отрасли	6	Динамика занятости населения
...		7	Платежеспособный спрос населения
		8	Платежеспособный спрос главных потребителей продукта
		9	Основные внешние издержки орг-ции, в том числе
		9.1.	затраты на энергоносители
		9.2.	затраты на транспортировку
		9.3.	затраты на сырье и комплектующие
		9.4.	коммуникационные издержки
		9.5.	прочие затраты
		...	
$p_1$		$p_2$	
<b>S</b>	<b>Социум</b>	<b>T</b>	<b>Технология</b>
1	Изменения в базовых ценностях	1	Государственная технологическая политика
2	Изменения в уровне и стиле жизни	2	Значимые тенденции в области НИОКР
3	Экологический фактор	3	Новые патенты
4	Здоровый образ жизни	4	Оценка скорости изменения и адаптации новых технологий
5	Отношение к работе и отдыху	5	Новые продукты
6	Отношение к образованию	6	Технологические изменения, имеющие существенное значение для продукта
<b>I</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
7	Демографические изменения	7	Развитие Интернета
8	Изменение структуры доходов	8	Появление новых рекламоносителей
9	Изменение структуры расходов	9	Появление новых технологий производства и быстрая адаптация рынком
10	Изменения основных потребительских предпочтений на продукт	...	
11	Изменения в Трудовом кодексе		
12	Недоверие к рекламе со стороны конечных потребителей		
13	Нехватка квалифицированных кадров		
...		...	
$p_1$		$p_2$	

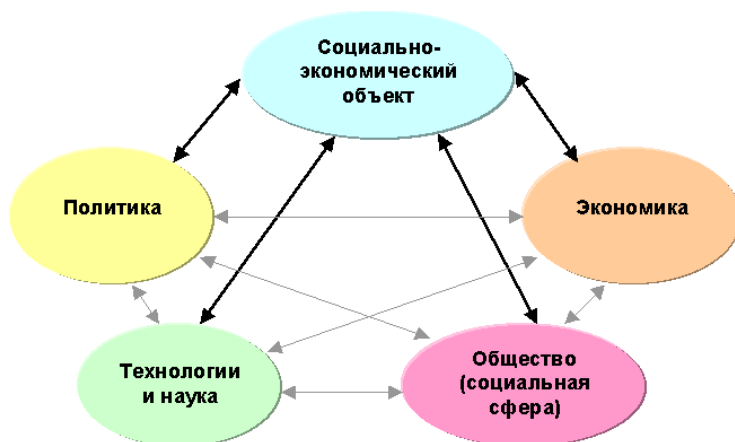


Рис. 2

# СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

---

*Взаимодействие политики, экономики, общества и технологии при проведении PEST- анализа.*

## **Задание:**

1. Проведите стратегический PEST - анализ для конкретного фармацевтического предприятия, с учетом специфики его деятельности. В каждой квадранте (P,E,S,T) должно быть минимум 15 позиций. В качестве примера используйте табл. 5
2. Сделайте соответствующие выводы.
3. Подготовьте реферат на тему: «Многофакторный системный анализ в фармацевтическом бизнесе»
4. Опишите основные особенности SWOT анализа применимо к аспекту деятельности фармацевтической организации.
5. Обоснуйте цели применения BCG-матрицы в деятельности фармацевтической организации. Дайте определение.
6. Приведите пример продуктивно-маркетинговой стратегии на примере выбранного (вами) лекарственного препарата. Дайте определение, перечислите основные этапы.