



Αναλύσεις Swot και Pest

Η αυτογνωσία είναι σημαντικός παράγοντας για την μακροπρόθεσμη επιτυχία των εξαγωγών. Μια ανάλυση των δυνάμεων και των αδυναμιών, των ευκαιριών και των απειλών (Swot) πρέπει να είναι μέρος της διαδικασίας του εξαγωγικού προγραμματισμού. Θα σας βοηθήσει να προσδιορίσετε τα επόμενα βήματα που θα εκτελεστούν για την επιχείρησή σας και τις πιθανές ευκαιρίες.

Swot Ανάλυση

Τι κάνει μια Swot ανάλυση
Ποιες δυνάμεις και αδυναμίες εξετάζονται
Ποιες ευκαιρίες και απειλές εξετάζονται
Κάνοντας μια Swot ανάλυση
Σχέδιο για να επιτύχει
Φύλλο εργασίας για Swot ανάλυση

Τι κάνει μια Ανάλυση Swot

Μία ανάλυση Swot αφορά σε παράγοντες που μπορείτε να αλλάξετε μέσα στην επιχείρησή σας και εξετάζει της επιχείρησής σας τις:

- ✓ Δυνάμεις - για να στηριχτούν
- ✓ Αδυναμίες – για να καλυφθούν
- ✓ Ευκαιρίες - για να πιαστούν
- ✓ Απειλές - για να αντιμετωπιστούν
- ✓ Στοχεύει στο να:
- ✓ Ανακαλύψετε τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματά σας
- ✓ Αναλύσετε τις προοπτικές σας για τις πωλήσεις και την αποδοτικότητα
- ✓ Προετοιμάσετε την επιχείρησή σας για τα προβλήματα
- ✓ Επιτρέψετε την ανάπτυξη των πιθανών σχεδίων

Ποιες Δυνάμεις και Αδυναμίες εξετάζονται

Η ανάλυση δυνάμεων και αδυναμιών είναι μια εσωτερική εξέταση που εστιάζει στην προηγούμενη απόδοσή σας, στην παρούσα στρατηγική, στους πόρους και τις ικανότητες. Είναι βασισμένη σε μια ανάλυση γεγονότων και υποθέσεων για την επιχείρηση, συμπεριλαμβανομένων:

- ✓ Των Πωλήσεων
- ✓ Των Προϊόντων
- ✓ Των Αγορών
- ✓ Των Οικονομικών Πόρων (debt to asset ratio and personal equity)

- ✓ Ικανότητες/ Εξέλιξη
- ✓ Άνθρωποι και δεξιότητες (marketing, εμπειρία εξαγωγής)
- ✓ Κύριοι προμηθευτές
- ✓ Πελάτες (έρευνα αγοράς)
- ✓ Πνευματική ιδιοκτησία

Η ανάλυση ευκαιριών και απειλών αφορά στο εξωτερικό περιβάλλον που δεν μπορεί να επηρεάσει άμεσα μια επιχείρηση-αλλά σίγουρα επηρεάζεται- και πραγματοποιείται με την εξέταση των εξωτερικών παραγόντων στην εσωτερική και εξαγωγική αγορά σας. Αυτό χωρίζεται συνήθως σε περιβαλλοντικούς παράγοντες και ανταγωνιστές, συμπεριλαμβανόμενων των :

Περιβαλλοντικών Παραγόντων

- ✓ Δημογραφικός
- ✓ Οικονομικός
- ✓ Πολιτικός/ νομικός
- ✓ Κοινωνιολογικός
- ✓ Περιβαλλοντικός
- ✓ Τεχνολογία 2
- ✓ Πολιτιστικός

Ανταγωνιστές

- ✓ Τομείς αγοράς
- ✓ Προϊόντα
- ✓ Τιμές
- ✓ Προώθηση
- ✓ Διανομή
- ✓ Ικανότητα
- ✓ Πόροι
- ✓ Ιδιοκτησία
- ✓ Νεοεισερχόμενοι
- ✓ Υποκατάστατα προϊόντα
- ✓ Πελάτες προμηθευτών
- ✓ Κύκλος ζωής προϊόντων
- ✓ Κίνδυνος και κόστος παραβίασης πνευματικής ιδιοκτησίας του προϊόντος σας

Κάνοντας μια Swot Ανάλυση

Τα στοιχεία που απαριθμούνται στην Swot ανάλυση είναι χαρακτηριστικά των ζητημάτων των επιχειρήσεων που προσδιορίζονται κατά τη διάρκεια μιας ανάλυσης Swot. Σημειώστε το τετράγωνο που επιδεικνύει πώς κάθε ζήτημα έχει επιπτώσεις στην επιχείρησή σας, και εάν έχει υψηλή ή χαμηλή επιρροή στην απόδοση της επιχείρησής σας. Η τελική ανάλυση πρέπει να σας βοηθήσει να αναπτύξετε τους σύντομους και μακροπρόθεσμους επιχειρησιακούς στόχους και τα προγράμματα δράσης, το επιχειρησιακό σχέδιο, το σχέδιο εξαγωγής και ένα ετήσιο σχέδιο marketing.

Για να εκπληρωθούν μερικές από τις ανάγκες πληροφοριών κάτω από την ανάλυση των ευκαιριών/ απειλών, μπορείτε να ζητήσετε έρευνα αγοράς.

Σχέδιο για να πετύχει

Ο προγραμματισμός είναι ουσιαστικός εάν μια επιχείρηση πρόκειται να λειτουργήσει αποτελεσματικά και να είναι ένας επιτυχής και κερδοφόρος εξαγωγέας. Ο στόχος μας είναι να εργαστεί σε συνεργασία με την κοινότητα εξαγωγής έτσι ώστε οι εξαγωγείς να μπορούν να μεγιστοποιήσουν την αποδοτικότητα εξαγωγής και να αυξήσουν τις ροές συναλλάγματος στη χώρα. Συνεργαζόμαστε με τις επιχειρήσεις όλων των μεγεθών και σε όλα τα στάδια της εξαγωγικής ετοιμότητας, προσαρμόζοντας λύσεις για την ικανοποίηση των αναγκών τους.

Ανάλυση PEST

Σκοπός της διαδικασίας ανάλυσης του περιβάλλοντος είναι να εντοπισθούν ποίες από τις συνιστώσες του περιβάλλοντος επηρέασαν έως σήμερα ή επηρεάζουν ακόμη, ή ενδέχεται να επηρεάσουν στο μέλλον την επιχειρηματική δράση.

Στην προσπάθεια διενέργειας ενός πληρέστερου περιβαλλοντικού audit μπορεί να ακολουθηθεί η τακτική ενός πλαισίου PEST ή PESTLE με την μορφή που παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα.

- ✓ Political
- ✓ Economic
- ✓ Social – Cultural
- ✓ Technological
- ✓ Legal
- ✓ Environmental

POLITICAL (P)	SOCIAL (S)
Νομικό πλαίσιο Αντιμονοπωλιακοί περιορισμοί Πολιτική & Κυβερνητική σταθερότητα Φορολογική πολιτική Εργατική πολιτική	Δημογραφική κατάσταση Δημογραφικές τάσεις Εργασιακή ηθική Τρόπος ζωής Κοινωνική κινητικότητα
ECONOMIC (E)	TECHNOLOGICAL (T)
Επιχειρηματικοί κύκλοι Χρηματαγορά Πληθωρισμός Επενδυτική τακτική Ανεργία Κόστος ενέργειας Τάσεις του GNP	Δαπάνες σε δημόσιο και ιδιωτικό τομέα για R&D Ταχύτητα αλλαγής του τεχνολογικού περιβάλλοντος ή της τεχνολογίας Know how

Το ευρύτερο μάκρο περιβάλλον έχει επίδραση στις λειτουργίες της επιχείρησης. Αυτό θα μπορούσε να διαχωριστεί σε έξι επιμέρους διαστάσεις

1. Το οικονομικό περιβάλλον.
2. Το τεχνολογικό περιβάλλον.
3. Το πολιτικό- νομικό περιβάλλον.
4. Το κοινωνικό-πολιτιστικό περιβάλλον.
5. Το δημογραφικό περιβάλλον και
6. Το παγκόσμιο περιβάλλον.

Οικονομικοί Παράγοντες

Εδώ η ανάλυση εστιάζεται στο μάκρο – οικονομικό περιβάλλον και στις επιδράσεις που αυτό ασκεί στην επιχείρηση. Αναφέρεται κυρίως στην κατάσταση στην οποία βρίσκονται τα οικονομικά μεγέθη της χώρας στην οποία δραστηριοποιείται μια επιχείρηση καθώς και στις γενικότερες οικονομικές εξελίξεις που λαμβάνουν χώρα και είναι πιθανόν να επηρεάσουν τη λειτουργία μιας επιχείρησης (πχ ακαθάριστο εθνικό προϊόν, επιτόκια, προσφορά χρήματος, πληθωριστικές τάσεις, επίπεδο ανεργίας, διαθέσιμο εισόδημα κλπ) Βέβαια σε ορισμένες περιπτώσεις θα πρέπει κανείς να μη μελετάει αποκλειστικά το γενικό επίπεδο της οικονομίας αλλά και την κατάσταση του κλάδου στον οποίο επιθυμεί να πραγματοποιήσει μια επένδυση.

Παράδειγμα Οικονομικού Παράγοντα

Ένα πλατιά αποδεκτό μέτρο για την κατάσταση της γενικής οικονομίας είναι το Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν (Α.Ε.Π). Αυτό αντιστοιχεί στη συνολική αξία όλων των τελικών προϊόντων και υπηρεσιών που παράγονται σε μια χώρα στη διάρκεια ενός έτους. Η αξία του Α.Ε.Π. έγκειται στο ότι χρησιμοποιείται για τον υπολογισμό ενός βασικού μέτρου του επιπέδου ζωής μιας χώρας. Αυτό προκύπτει αν διαιρέσουμε τους συνολικούς παραγωγικούς πόρους μιας χώρας (Α.Ε.Π.) με τον πληθυσμό της.

$$\text{ΒΙΟΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ} = \frac{\text{Πληθυσμός}}{\text{Α.Ε.Π.}}$$

Όσο περισσότεροι είναι οι παραγωγικοί πόροι που αντιστοιχούν σε κάθε άτομο σε μια χώρα τόσο καλύτερο είναι το βιοτικό επίπεδο που έχει επιτευχθεί. Ο αριθμός που χαρακτηρίζει το βιοτικό επίπεδο μιας χώρας βοηθά να συγκρίνουμε την ποιότητα ζωής διαφόρων χωρών. Παρέχει επίσης ένα βασικό μέτρο για την οικονομική δύναμη μιας δοσμένης κοινωνίας, καθώς και ένα συγκριτικό μέτρο με το οποίο μια χώρα μπορεί να υπολογίσει την οικονομική της πρόοδο.

Η διοίκηση μιας επιχείρησης χρησιμοποιεί το Α.Ε.Π. για να εκτιμήσει, παραδείγματος χάριν, εάν υπάρχουν ευκαιρίες για τη δημιουργία νέων προϊόντων. Αν μια οικονομία πηγαίνει καλά, πράγμα που εκφράζεται με ένα υψηλό Α.Ε.Π., θα υπάρχει αυξημένη δυνατότητα για νέα προϊόντα. Αν όμως η οικονομία δεν πηγαίνει καλά, δεν θα υπάρχουν μεγάλες ευκαιρίες για νέα προϊόντα. Την εκτίμηση την οποία κάνει η διοίκηση της επιχείρησης για το οικονομικό περιβάλλον θα επηρεάσει τις κατοπινές αποφάσεις.

Τεχνολογικοί Παράγοντες

Ο τελικός παράγοντας στο εξωτερικό περιβάλλον είναι εκείνος της τεχνολογίας. Έχει τα πιο δραματικά αποτελέσματα στην επιχείρηση, αφού οι αλλαγές στο εξωτερικό περιβάλλον συχνά γίνονται γρήγορα αισθητές από την εταιρία. Η εταιρία ίσως να είναι προσηλωμένη σε μια μορφή τεχνολογίας και να κάνει μεγάλες επενδύσεις κεφαλαίου σε μηχανές και ανθρώπινη εκπαίδευση, και ξαφνικά να εμφανιστεί μια καινούρια, πιο νεωτεριστική και αποτελεσματική από άποψη κόστους τεχνολογία. Το γεγονός αυτό θα την αναγκάσει να προσαρμοστεί στα καινούρια δεδομένα. Εάν αυτό είναι αδύνατο, θα σταματήσει, σταδιακά ή αμέσως, την παραγωγή του συγκεκριμένου προϊόντος. Υπάρχουν δύο κύριες περιοχές του τεχνολογικού περιβάλλοντος, τις οποίες πρέπει να λαμβάνει υπόψη της η διοίκηση της επιχείρησης όταν παίρνει αποφάσεις. Αυτές είναι η πηγή νέας τεχνολογίας, που αποκαλείται διαδικασία νεωτερισμού, και ο τρόπος με τον οποίο η νέα τεχνολογία εισάγεται στην επιχείρηση, που αποκαλείται διαδικασία μεταφοράς τεχνολογίας.

Διαδικασία Νεωτερισμού

Πηγή της νέας τεχνολογίας είναι γενικά η προσπάθεια για Έρευνα και Ανάπτυξη (Research and Development), που μπορεί να γίνει από ιδιώτες, το κράτος ή από τα πανεπιστήμια. Μια εταιρία μπορεί να αποφασίσει να χρηματοδοτήσει η ίδια την Έρευνα και Ανάπτυξη και στη συνέχεια να χρησιμοποιήσει την τεχνολογία που αναπτύχθηκε.

Διαδικασία μεταφοράς της τεχνολογίας

Από τη στιγμή που μια νέα τεχνολογία έχει ανακαλυφθεί ή έχει αποκτηθεί με συμφωνία που παρέχει την άδεια χρήσης της, το κύριο ζήτημα είναι με ποιο τρόπο θα εισαχθεί αυτή αποτελεσματικά σε ένα καθιερωμένο τεχνολογικό περιβάλλον. Οι άνθρωποι έχουν την τάση να διατηρούν την παρούσα κατάσταση. Επομένως, πολλοί εργαζόμενοι θα αντισταθούν στη νέα τεχνολογία μέχρι να καταλάβουν με ποιο τρόπο αυτή θα τους κάνει πιο παραγωγικούς ή θα κάνει ευκολότερες τις εργασιακές συνθήκες. Όσο πιο ριζοσπαστική και νεωτεριστική είναι η τεχνολογία τόσο μεγαλύτερη θα είναι η αντίσταση. Μία χρήσιμη τεχνική στο πρόβλημα αυτό είναι η βαθμιαία εισαγωγή της νέας τεχνολογίας.

Πολιτικοί – Νομικοί Παράγοντες

Οι νόμοι είναι ο πρωταρχικός τρόπος με τον οποίο οι πολιτικοί παράγοντες επηρεάζουν μια επιχείρηση.

Όλες οι επιχειρήσεις πρέπει να ανταποκρίνονται στο νομικό περιβάλλον, όταν η διοίκηση τους λαμβάνει αποφάσεις. Ενώ φαίνεται πως οι παράγοντες που επηρεάζουν μια επιχείρηση είναι νομικοί, στην ουσία είναι πολιτικοί, και αυτό γιατί οι επιχειρήσεις επιδιώκουν να επηρεάσουν τη νομοθετική διαδικασία δρώντας στην πολιτική αρένα Παραδείγματος χάριν, μια επιχείρηση μπορεί να δημιουργήσει μία ένωση με άλλες εταιρίες που έχουν παρόμοιες απόψεις, και όλες μαζί να προσπαθούν να επιτύχουν την αλλαγή ενός νόμου.

Η προσθήκη ή η αφαίρεση ενός νομοθετικού ή ρυθμιστικού περιορισμού από την κυβέρνηση μιας χώρας είναι δυνατόν να δημιουργήσει σημαντικές στρατηγικές απειλές όσο και ευκαιρίες για τις επιχειρήσεις εκείνες που δραστηριοποιούνται στη συγκεκριμένη χώρα.

Η μελέτη του πολιτικού περιβάλλοντος είναι απαραίτητη για τις πολυεθνικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε περισσότερες από μια χώρες και επόμενων λειτουργούν κάτω από εντελώς διαφορετικές πολιτικές και νομικές συνθήκες. Αυτό που απαιτείται, προκειμένου να αποφευχθεί μια

πραγματικά καταστροφική πολιτική έκπληξη, είναι η χάραξη από τις επιχειρήσεις μιας συνετούς και ευέλικτης στρατηγικής.

Κοινωνικοί – Πολιτιστικοί Παράγοντες

Η κοινωνικό-πολιτιστική διάσταση αναφέρεται στο ευρύτερο κοινωνικό και πολιτιστικό περιβάλλον της επιχείρησης. Καθένας από αυτούς τους παράγοντες επηρεάζουν τον τρόπο με τον οποίο η διοίκηση της επιχείρησης εκπληρώνει το έργο της. Κάθε χώρα έχει το δικό της ιδιαίτερο κοινωνικό περιβάλλον και, καθώς η επιχειρησιακή δραστηριότητα γίνεται διεθνής, η διοίκηση μιας επιχείρησης πρέπει να κατανοεί πως κάθε χώρα έχει και διαφορετικό περιβάλλον.

Οι σημαντικότεροι κοινωνικοπολιτιστικοί παράγοντες που επηρεάζουν μια επιχείρηση είναι : η θέση της γυναίκας στην εργασία, η διανομή του εισοδήματος, οι αλλαγές που συμβαίνουν στον τρόπο ζωής του σύγχρονου ανθρώπου, ο καταναλωτισμός, το επίπεδο μόρφωσης των καταναλωτών και η στάση τους απέναντι στην εργασία και στον ελεύθερο χρόνο. Ο τρόπος που αναμένεται να εξελιχθούν οι παραπάνω παράγοντες στο μέλλον αποτελούν για τις επιχειρήσεις τόσο επικείμενες απειλές όσο και ευκαιρίες για περαιτέρω ανάπτυξη.

Δημογραφικοί Παράγοντες

Η δημογραφική διάσταση της περιβαλλοντικής ανάλυσης αφορά, μεταξύ άλλων, το μέγεθος του πληθυσμού, τη γεωγραφική του κατανομή, την ηλικιακή του δομή και τη διανομή του εισοδήματος. Οι σημαντικότερες δημογραφικές τάσεις που παρατηρούνται τα τελευταία χρόνια και δημιουργούν νέες συνθήκες στο ευρύτερο περιβάλλον των σύγχρονων επιχειρήσεων είναι οι εξής:

- Παγκόσμια πληθυσμιακή έκρηξη. Αύξηση πληθυσμού σημαίνει για τις επιχειρήσεις αύξηση των ανθρώπινων αναγκών, αλλά δε σημαίνει ανάπτυξη αγορών παρά μόνο εάν υπάρχει επαρκής αγοραστική δύναμη.
- Επιβράδυνση του ρυθμού γεννήσεων στον οικονομικά ανεπτυγμένο κόσμο. Η μειωμένη γεννητικότητα είναι απειλή για ορισμένους κλάδους, ενώ για κάποιους άλλους μπορεί να είναι ευκαιρία.
- Μετακίνηση από τις μαζικές αγορές στις μικρο – αγορές. Πολλές εταιρείες ελαττώνουν την προσοχή τους στο μυθικό μέσο καταναλωτή και αρχίζουν όλο και πιο συχνά να σχεδιάζουν τα προϊόντα τους και να προσαρμόζουν τη στρατηγική τους για συγκεκριμένες μικρο- αγορές.

Παγκόσμια Διάσταση

Η παγκόσμια διάσταση περιλαμβάνει όλους τους παράγοντες που αφορούν τις νέες αγορές διεθνώς, τις ήδη υπάρχουσες διεθνείς αγορές που αλλάζουν, τα διεθνή πολιτικά και πολιτισμικά δρώμενα όπως επίσης και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της κάθε αγοράς. Σε μια εποχή έντονης παγκοσμιοποίησης όλων σχεδόν των κλάδων δεν υπάρχουν πλέον σύνορα και περιορισμοί που να κρατούν μια αγορά σε εθνικό και μόνο επίπεδο.