


Анализ внешней и внутренней среды Subway

Юмина Е.О.
Ф19Т



Анализ внутренней среды.

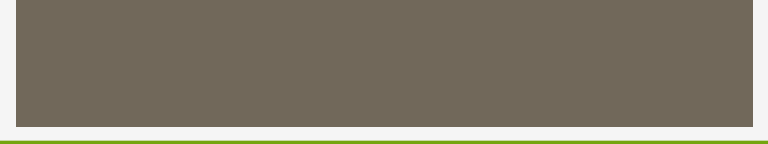
Анализ внутренней среды сети ресторанов «Subway» представляет собой управленческое обследование таких функциональных зон, как :

- маркетинг;
- финансы;
- предоставление услуг;
- организация и кадры.

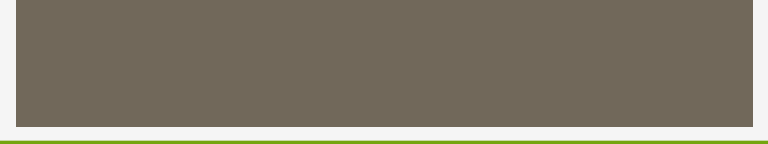


Анализ сильных и слабых сторон предприятия.

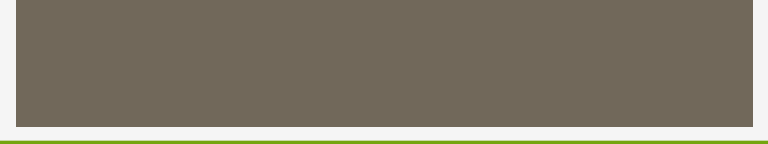
Составляющие внутренней среды	Эффективность составляющих внутренней среды					Важность (вес)		
	Очень сильная	Сильная	Нейтральная	Слабая	Очень слабая	Высокая	Средняя	Низкая
Маркетинг								
Репутация среди потребителей выше среднего	+					+		
Узнаваемый бренд на рынке	+					+		
Внешняя реклама, как успешный маркетинговый ход		+					+	
Торговая сеть включает филиалы	+					+		



Составляющие внутренней среды	Эффективность составляющих внутренней среды					Важность (вес)		
	Очень сильная	Сильная	Нейтральная	Слабая	Очень слабая	Высокая	Средняя	Низкая
Предоставление услуг								
Собственная технология изготовления продукции, защищенная правом собственности	+					+		
Узкий ассортимент			+			+		
Явное не соблюдение санитарных норм (персонал работает без перчаток)	+					+		



Составляющие внутренней среды	Эффективность составляющих внутренней среды				Важность (вес)			
	Очень сильная	Сильная	Нейтральная	Слабая	Очень слабая	Высокая	Средняя	Низкая
Организация и кадры								
Круглосуточная работа				+				+
Мотивация у персонала			+				+	
Не соблюдение принципа единодействия персоналом заведения	+					+		
Растровщичество в рамках заведения					+			+
Текучка кадров			+				+	



Составляющие внутренней среды	Эффективность составляющих внутренней среды					Важность (вес)		
	Очень сильная	Сильная	Нейтральная	Слабая	Очень слабая	Высокая	Средняя	Низкая
Финансы								
Нехватка финансовых ресурсов для обеспечения бытовых проблем	+					+		
Наценка не соответствует качеству			+				+	

Сильные и слабые стороны предприятия

СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ	СЛАБЫЕ СТОРОНЫ
1.1 Репутация среди потребителей выше среднего	2.1 Узкий ассортимент
1.2 Узнаваемый бренд на рынке	2.2 Явное не соблюдение санитарных норм (персонал работает без перчаток)
1.3 Собственная технология изготовления защищенная собственностью	2.3 Нехватка финансовых ресурсов для обеспечения решения бытовых проблем
1.4 Торговая сеть включает филиалы	2.4 Не соблюдение принципа единодействия персоналом заведения

Анализ внешней среды предприятия. Возможности

Влияние		Сильное	Умеренное	Малое
Вероятность				
Высокая		Расширение ассортимента по просьбам потребителей	Изменение моды в сторону американизации	Преодоление торговых барьеров на привлекательных иностранных рынках, в связи с раскруткой бренда
			Изменение потребностей рынка (все хотят саб)	Особое внимание к предприятию со стороны массмедиа
Средняя		Изменение рекламных технологий	Захват новых рынков (+суши+)	Появление новых поставщиков
			товаро-конкурентов (3ф)	
Низкая				

Анализ внешней среды предприятия. Угрозы

Влияние Вероятность	Разрушение	Тяжелое	«Легкие ушибы»
Высокая	Появление нового конкурента с низкими издержками (3F)	Развитие конкурентов на рынке быстрого питания	Увеличение стоимости на сырье из-за сезонного роста цен на овощи
Средняя	Сокращение спроса из-за переезда целевой аудитории (студентов) на о. Русский	- Дорогостоящее ужесточение санитарных требований - Дорогостоящее ужесточение технических требований	Жесткое влияние сезонного спроса (зимой меньше народу)
Низкая	Высокий процент инфляции	Сокращение организованных сетей распределения	Сбои в поставках сырья

Внешние возможности и угрозы

ВОЗМОЖНОСТИ	УГРОЗЫ
3.1 Расширение ассортимента по просьбам потребителей	4.1 Появление нового конкурента с низкими издержками (3F)
3.2 Изменение моды в сторону американизации	4.2 Развитие конкурентов на рынке быстрого питания
3.3 Изменение потребностей рынка (все хотят саб)	4.3 Сокращение спроса из-за переезда целевой аудитории (студентов) на о. Русский
3.4 Изменение рекламных технологий	4.4 Дорогостоящее ужесточение санитарных требований
	4.5 Дорогостоящее ужесточение технических требований

Анализ таблицы

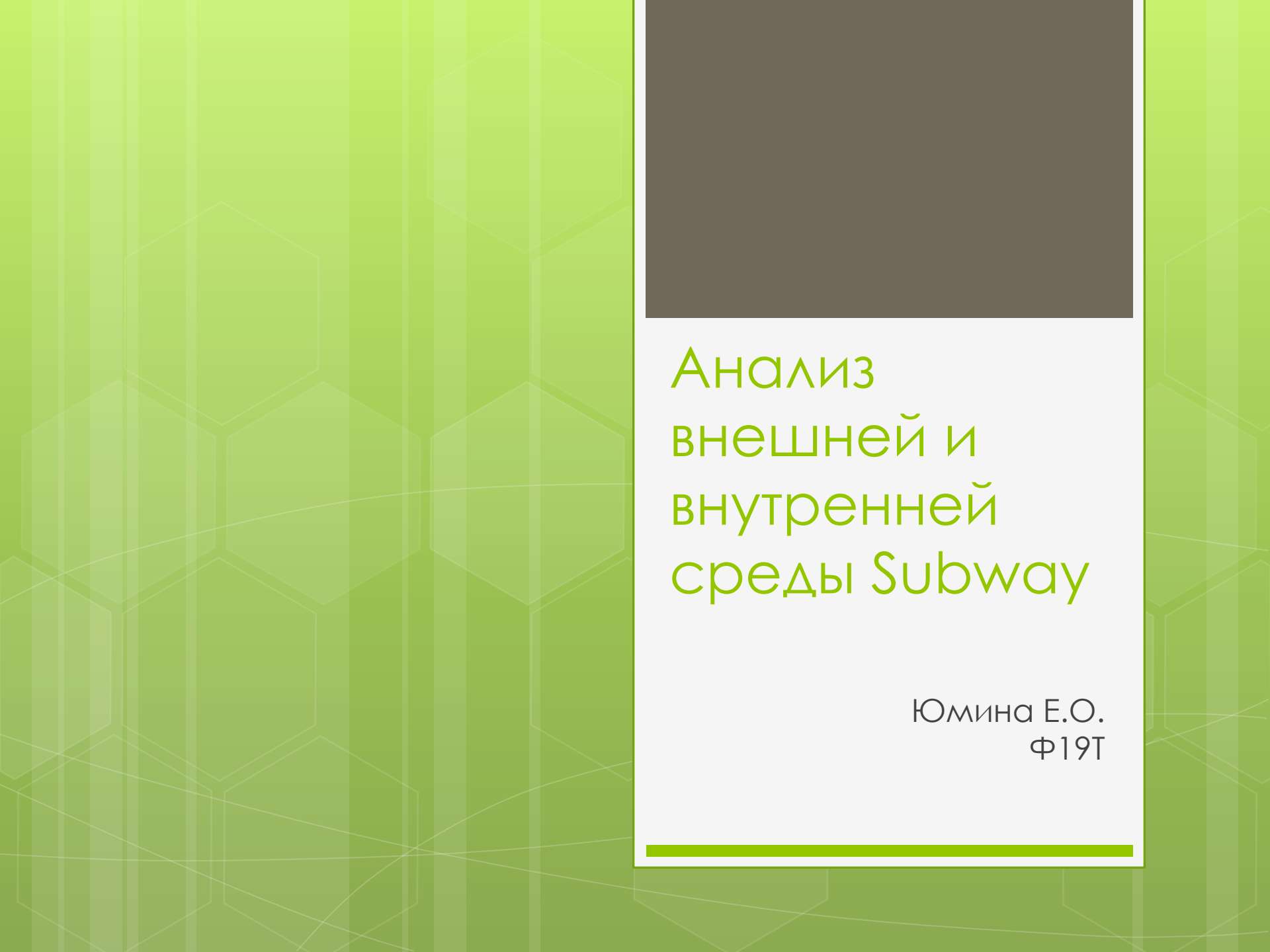
- Основные сильные стороны:
 - собственная технология изготовления продукции, защищенная правом собственности;
 - торговая сеть включает филиалы.
- Основные слабые стороны:
 - узкий ассортимент;
 - нехватка финансовых ресурсов для обеспечения решения бытовых проблем.
- Основная возможность:
 - расширить ассортимент по заявкам потребителей.
- Главные угрозы для предприятия:
 - развитие конкурентов на рынке быстрого питания.



Общий вывод по SWOT-анализу

С этой целью ресторану «Subway», в первую очередь, необходимо осуществить следующие мероприятия

- Пересмотреть поставщиков сырья в целях рационального использования материальных ресурсов компании;
- На вырученные средства от смены поставщиков провести широкую PR-компанию и расширить ассортимент
- Путем поднятия спроса и, следовательно, товарооборота рассмотреть варианты поставки новой продукции и предложения новых услуг на базе ресторана Subway



Анализ внешней и внутренней среды Subway

Юмина Е.О.
Ф19Т