

УДК 339.138

АКТУАЛЬНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ PEST-АНАЛИЗА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

О. В. Мельников

Учреждение образования «Гомельский государственный технический университет имени П. О. Сухого», Республика Беларусь

Научный руководитель И. Н. Ридецкая

В настоящее время актуально использование маркетингового инструментария для долгосрочного планирования в бизнесе, который позволяет учесть влияние факторов окружающей среды. Прогнозирование последствий такого влияния помогает принимать обоснованные решения, минимизировать ошибки.

Ключевые слова: маркетинг, внешняя среда, анализ, метод, инструмент маркетинга.

RELEVANCE OF THE USE OF PEST-ANALYSIS IN MODERN CONDITIONS

Melnikov O. V.

Sukhoi State Technical University of Comel, the Republic of Belarus

Science superuser I. Rydetskaya

Currently, it is relevant to use marketing tools for long-term business planning, which allows you to take into account the influence of environmental factors. Predicting the consequences of such influence helps to make informed decisions and minimize errors.

Keywords: marketing, external environment, analysis, method, marketing tool.

На деятельность любой организации значительное влияние оказывают факторы ее внешней среды. С учетом скоротечности изменений и необходимости быстрой адаптации к изменяющимся условиям функционирования организациям необходимо иметь надежный инструмент для их оценки и анализа.

PEST-анализ – простой и удобный метод анализа макросреды (внешней среды) организации, часто используется для оценки ключевых рыночных тенденций, а его результаты применяются для определения списка угроз и возможностей при проведении SWOT-анализа организации.

PEST-анализ – инструмент долгосрочного стратегического планирования, а актуальность его использования определена необходимостью оценки эффективности и пригодности одного из самых первых методов маркетингового анализа в современных и быстроизменяющихся условиях [1].

Постараемся выяснить, является ли PEST-анализ актуальным методом для проведения анализа тенденции развития предприятия в современных условиях на основе сведений об основных технико-экономических показателях финансово-хозяйственной деятельности организации, тенденций и динамики его развития.

В качестве объекта исследования выступает ЧТУП «Княжий рог». Предмет исследования – методы маркетингового анализа, применяющиеся к объекту данного исследования.

По результатам анализа основных технико-экономических показателей финансово-хозяйственной деятельности ЧТУП «Княжий рог» за период 2019–2021 гг. ав-

тором была выявлена негативная динамика большинства важнейших показателей, что характеризует неустойчивое положение предприятия в существующих реалиях. При этом стоит отметить, что коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами положителен на протяжении нескольких лет, за которые у предприятия имеются необходимые для расчета данные бухгалтерской отчетности ($\geq 0,1$), что свидетельствует об удовлетворительной обеспеченности собственными оборотными средствами. Помимо этого, согласно имеющимся данным о значениях коэффициента обеспеченности финансовых обязательств активами, предприятие способно рассчитываться по своим финансовым обязательствам после реализации активов. Но показатели имеют нисходящую тенденцию, а коэффициент 2020 г. близок к критической отметке 0,85.

В 2019 г. ЧТУП «Княжий рог» была получена рекордная прибыль от реализации, которая составила 37 тыс. руб., а также рекордно высокая рентабельность продаж – 10,9 %. Внешняя обстановка не способствовала плодотворному развитию бизнеса и оказала губительное влияние на предприятие. Это привело к ситуации, которая была описана выше, и на данный момент выручка предприятия сократилась до 17 % от соответствующего показателя прошлого года, а прибыль от реализации де-факто отсутствует. На данный момент финансовое состояние предприятия критично, что, в свою очередь, говорит о необходимости искать выход из кругооборота долгов, хотя де-юре оно и является платежеспособным.

Проведем PEST-анализ макроэкономических факторов для предприятия ЧТУП «Княжий рог», представив оценку их значимости в таблице.

Оценка значимости факторов макросреды ЧТУП «Княжий рог»

Фактор внешней среды	Воздействие фактора на предприятие	Вероятность реализации фактора	Оценка значимости фактора
1. Численность населения, тыс. чел.	Низкое	Высокая	Низкая
2. Урбанизация населения	Высокое	Высокая	Высокая
3. Реальные располагаемые денежные доходы населения, в % к предыдущему году	Высокое	Средне-высокая	Высокая
4. Сложная экономическая ситуация в мире	Среднее	Средняя	Средняя
5. Количество банковских платежных карточек, тыс. ед.	Низкое	Высокая	Низкая
6. Количество юридических лиц малого и среднего предпринимательства	Среднее	Средняя	Средняя
7. Доля товаров отечественного производства в розничном товарообороте, %	Среднее	Средняя	Средняя
8. Передвижные средства развозной и разносной торговли по области и г. Гомелю	Высокое	Средняя	Средне-высокая
9. Розничный товарооборот, млн руб. (учитывая приведение цен до 2016 г. к последноминационной форме)	Среднее	Средняя	Средняя
10. Изменение уровня налоговой нагрузки	Высокое	Высокая	Высокая

Источник. Собственная разработка.

Распределив показатели макросреды по факторам влияния, можно увидеть, что все факторы, не подвластные предприятию, являются важными и могут существенно

повлиять на результаты его деятельности. Также на основании полученных данных можно сделать следующие выводы:

1) политико-правовые факторы не развиваются в положительную сторону для предприятия (сложившиеся политико-правовые условия осложняют функционирование предприятия, создавая дополнительные сложности разного характера) и причин для изменения тенденции не наблюдается;

2) экономические факторы также имеют отрицательную тенденцию, что, в свою очередь, связано с появлением коронавирусной инфекции и закрытием границ для большинства самых важных отраслей;

3) технологические факторы являются положительным аспектом макросреды. На примере исследуемого предприятия и предложенного автором фактора становится очевидна позитивная тенденция отхода от наличных средств;

4) демографические факторы на данный момент несут только угрозы для предприятия.

На основании проведенного анализа основных технико-экономических показателей и последующего сравнения его результатов с результатами PEST-анализа можно сказать, что гипотеза исследования полностью подтвердилась. Выражается это в совпадении выводов, совершенных в ходе проводимого исследования, о тенденции развития, динамике показателей и прогнозировании дальнейшего их трендового движения, полученного разными способами и методами.

Таким образом, PEST-анализ является своеобразной макроэкономической моделью исследования внешнего окружения предприятия. Его методика позволяет изучить потенциальный рынок при выводе нового продукта, оценить влияние внешних факторов и риски для бизнеса, предполагает выявление значимых внешних факторов, их анализ, оценку воздействия и разработку стратегии, которая наиболее полно отвечает сделанным прогнозам о влиянии внешнего окружения [2].

Основная причина актуальности использования в современных условиях методики PEST-анализа – объективная оценка возможностей предприятия и перспектив его развития. Эта методика – инструмент долгосрочного планирования стратегии предприятия, позволяющий четко понимать внешнюю ситуацию и устраняющий возможность провала.

PEST-анализ незаменим, он осуществляет следующее [3]:

1) выявляет возможности и вероятные угрозы;

2) указывает на тенденции в деловой среде, что помогает не «плыть против течения»;

3) предотвращает проекты, для которых высока вероятность краха вне зависимости от действий организации;

4) формирует объективное представление о среде при выходе на незнакомые рынки либо в новые ниши.

И как любой инструмент, он легко поддается изменению и приобретает все новые составляющие компоненты (PESTEL, LONGPEST и др.).

Л и т е р а т у р а

1. Азаренко, Н. Что такое PEST-анализ. – Режим доступа: <https://www.unisender.com/ru/glossary/pest-analiz/>. – Дата доступа: 26.04.23.
2. Большаков, Н. Что такое PEST-анализ и как его сделать. – Режим доступа: <https://www.calltouch.ru/blog/chto-takoe-pest-analiz-i-kak-ego-sdelat/>. – Дата доступа: 27.04.23.
3. Чепурнова, Д. Предсказываем будущее компании: что такое PEST-анализ и как его проводить. – Режим доступа: <https://skillbox.ru/media/management/predskazyvaem-budushchee-kompanii-chto-takoe-pestanaliz-i-kak-ego-provodit/>. – Дата доступа: 27.04.23.