

УДК 330.131

Н.А. Никифорова

ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»,
Москва, email: nanikiforova@fa.ru

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ PEST-АНАЛИЗА В ПРАКТИКЕ МАЛОГО БИЗНЕСА

Ключевые слова: анализ факторов внешней среды, PEST-анализ, количественный балльный анализ.

Целью статьи является раскрыть практическое применения метода анализа внешней среды – PEST-анализа. Автор рассматривает пример использования этого метода для формирования тактики развития малого предприятия. Никакое предприятие не может существовать в изоляции от внешней среды и рассматривать деятельность предприятия как открытую систему без учета влияния факторов этой среды невозможно. Часто внешние условия изменяются так неожиданно, что нарушаются все предварительные планы. Окружение может быть таким нестабильным, что становится бессмысленной сама разработка долгосрочных планов. Поэтому цель статьи – дать оценку факторам макросреды для малого бизнеса. Адаптация предприятий малого бизнеса к внешним условиям – одно из главных условий выживания, от которого зависит и достижение тактических целей малого бизнеса. Статья направлена на понимание методики применения нестандартных методов в практическом анализе.

N.A. Nikiforova

Federal State-Funded Educational Institution of Higher Education «Financial University under the Government of the Russian Federation», Moscow, email: nanikiforova@fa.ru

USING PEST-ANALYSIS IN SMALL BUSINESS PRACTICE

Keywords: analysis of environmental factors, PEST-analysis, quantitative point analysis.

The purpose of the article is to reveal the practical application of the method of environmental analysis – PEST-analysis. The author considers an example of using this method to form tactics for the development of a small enterprise. No enterprise can exist in isolation from the external environment, and it is impossible to consider the activity of an enterprise as an open system without taking into account the influence of factors of this environment. Often external conditions change so unexpectedly that all preliminary plans are violated. The environment can be so unstable that the very development of long-term plans becomes meaningless. Therefore, the purpose of the article is to assess the factors of the macro environment for small businesses. Adaptation of small businesses to external conditions is one of the main conditions for survival, on which ultimately depends the achievement of tactical goals of small business. The article is aimed at understanding the methodology of applying non-standard methods in practical analysis.

Анализ внешней среды организации – обязательное условие разработки тактического развития в будущем для малого и среднего бизнеса. Так как количество причин макросреды довольно немало, можно обойтись рассмотрением 4 главных течений, оказывающих наиболее важное воздействие на активность компаний. PEST-тест сосредоточивает изучение лишь причин макроуровня. Категории этих причин делят макросреду функционирования компании на четыре ее вариации: политико-законодательная сфера; финансовая сфера; социокультурная сфера; научно-техническая сфера.

1) Общественно-политическое сфера (P). Тест общественно-политических причин позволяет предприятию найти

те или иные возможности и опасности развития бизнеса.

2) Финансовые причины (E). В данную категорию включено огромное число главных причин макросреды, оказывающих существенное влияние на бизнес-активность больших и небольших компаний. Тест обнаруживает более значительные прогнозируемые действия в экономике и ориентирует бизнес на финансовую перестройку коммерческого потенциала.

3. Социокультурные причины (S) описывают воздействие социальных, демографических особенностей, факторов внешнего контура.

4. Технологические (наукоемкие) факторы (T) указывают на какой ступени

нововведения, инновации и их конфигураций действуют факторы в бизнесе, как динамичны их темпы прогресса [1].

Наша задача – определить влияние вышеуказанных факторов на российский рынок малого бизнеса.

Объекты и методы исследования

В качестве объекта исследования рассмотрим деятельность малого предприятия ООО «Аллюр», которое было организовано в 2000 году. В настоящее время данное предприятие располагается в г. Казань. Основным видом деятельности предприятия является оптовая и розничная продажа различных сортов чая и кофе. ООО «Аллюр» занимается реализацией наборов для кофе, Нескафе Капучино, кофе Шу, Иван-чаем, кофе Эгоист, элитным кофе, кофе Лювак, кофе из Бразилии, коробками для чая, детским чаем, фильтр-пакетами, чаем Мацеста, Гринфилд, чаем Ассам, чаем в коробках, Базилуrom, крымским чаем, цикорием, кудин чаем, чаем из Тайланда, какао, тайским чаем, Оолонгом, чаем в пакетиках, Молочным чаем.

Необходимая для решения поставленных задач информация была агрегирована автором на предложениях реальных продаж и приведена к общему среднему. Источники данных – сайты компаний малого бизнеса российского рынка.

В основе исследования, выводов находятся общие законы постановки и проверки гипотез, формализации, логики, сравнения. Изучение проблем основано на базовых положениях, научно-методических принципах. Последовательность исследования – это этапы движения от обоснования концепции к разработке конкретных приемов анализа, потом – к дескрипторам методики, позволяющей реализовать эти приемы на практике [2]. В исследовании использовались методы сравнительного анализа, факторный анализ, метод PEST-анализа.

Результаты исследования и их обсуждение

Факторы внешней среды занесем в соответствующую матрицу PEST-тестирования, состоящую из четырех квадрантов (Р, Е, S, Т). Рассмотрим вли-

яние каждой из указанных групп факторов в отдельности. Здесь же определим степень воздействия каждого из указанных факторов на исследуемую область.

Рассмотрим политические факторы (табл.1).

Раскроем факторы, указанные в Р-квадранте матрицы более подробно. Проводя анализ политических факторов, важное внимание следует уделить такому фактору, как отношение страны с другими странами или международными организациями. Здесь важно оценить, будут ли меняться данные отношения: иметь тенденцию к упрощению или, наоборот, к усложнению. В последние годы особо актуальной является проблема санкций, введенных рядом зарубежных государств по отношению к России и Россией для некоторых стран. Данные санкции, с одной стороны, негативно повлияли на развитие продовольственного рынка Российской Федерации, сократив долю присутствия на рынке товаров европейских поставщиков и ограничив тем самым потребительский выбор. Но, с другой стороны, дали мощный толчок к развитию внутренних производителей. Этот факт наглядно демонстрирует проведенная с 6 по 11 февраля 2023 года в Москве 30-я юбилейная Международная выставка продуктов питания «Продэкспо-2023» [3].

По данным Торгово-промышленной палаты Российской Федерации, три четверти участников выставки были российскими предприятиями, а взамен многих европейских компаний, появились поставщики из других регионов мира. В отношении рынка чая и кофе впервые на российский рынок выходят производители Индонезии и Непала, расширяют свой ассортимент предприятия из Шри-Ланки. Из стран ЕАЭС можно отметить растущую долю Армении на российском продовольственном рынке. В агропромышленный комплекс этой страны начинают активно инвестировать российские банки. Традиционно широко представлены на нашем рынке предприятия из Белоруссии и Казахстана. Большой интерес к российскому рынку проявляют экспортеры из стран СНГ – Узбекистана, Таджикистана, Киргизии [4].

Таблица 1

**Анализ влияния политических факторов на отрасль функционирования
ООО «Аллюр» (по методике PEST-анализа)**

Фактор	Воздействие на отрасль	Воздействие на компанию
1. Введение рядом зарубежных стран санкций против России и Россией для ряда стран	Изменение в структуре стран -торговых партнеров. Изменение линейки продукции. Переориентация на поставщиков из других стран. Стимул для развития внутреннего производства.	Партнеры предприятия отлично диверсифицированы. Риски минимизированы.
2. Появление на рынке новых поставщиков	Рост ценовой и неценовой конкуренции внутри отрасли. Повышение качества товаров.	Возможность заключения новых контрактов по более привлекательным ценам обогащения ассортимента.
3. Стимулирование внутренних производителей	Появление новых игроков на рынке. Снижение зависимости перерабатывающих производств от зарубежных производителей.	Потенциальное увеличение торговых партнеров. Новые виды продукции.
4. Ужесточение государственного регулирования сферы оптовой торговли	Чрезмерное регулирование при непроработанной и недостаточной системности существующих нормативно-правовых актов, регулирующих отношения в сфере торгового предпринимательства, может сковывать развитие малого бизнеса и стать стимулом для развития теневой экономики.	Излишние административные барьеры препятствуют свободной реализации товаров. Размытость трактовки законодательства может привести к неумышленному нарушению законодательных норм.
5. Присоединение России к Международному соглашению по кофе	Существенное уменьшение сроков прохождения стандартных процедур при импорте кофе на таможенную территорию страны.	Возможность более оперативного реагирования на изменения спроса покупателей, изменение структуры запасов. Ускорение оборачиваемости капитала предприятия.
6. Вступление в силу новых ГОСТов на кофе	Ужесточение требований к сертификации товара. Потенциальное повышение качества и цены сертифицированных товаров.	Сертификация товаров в Российской Федерации носит добровольный характер. Таким образом, это косвенно скажется через потенциальное повышение цен при закупке сертифицированных товаров для перепродажи.

При анализе политико-правовых факторов, воздействующих на предприятие, необходимо также обратить внимание на уровень вмешательства государства в бизнес малых предприятий, определив степень его значимости и оценив перспективы изменения такого вмешательства в будущем. ООО «Аллюр» является оптовой организацией. Развитию оптовой торговли в Российской Федерации препятствует, с одной стороны, чрезмерное государственное регулирование, а, с другой стороны, непроработанная и недостаточная системность существующих нормативно-правовых актов, регулирующих отношения в сфере торгового предпринимательства. Имеет место и такой фактор, как уровень коррумпированности отрасли и его влияние на деятельность предприятия. В частности, для рынка оптовой торговли в Российской Федерации весьма актуальной является проблема должностных злоупотреблений чиновников, вследствие чего возникают проблемы с оформлением документов, выдачей разрешений и сертификацией товаров. Все вышеуказанные обстоятельства оказывают значительное воздействие на деятельность предприятия по оптовой продаже чая и кофе.

лирующих отношения в сфере торгового предпринимательства. Имеет место и такой фактор, как уровень коррумпированности отрасли и его влияние на деятельность предприятия. В частности, для рынка оптовой торговли в Российской Федерации весьма актуальной является проблема должностных злоупотреблений чиновников, вследствие чего возникают проблемы с оформлением документов, выдачей разрешений и сертификацией товаров. Все вышеуказанные обстоятельства оказывают значительное воздействие на деятельность предприятия по оптовой продаже чая и кофе.

Существенным политическим фактором, сдерживающим или, наоборот, стимулирующим развитие предприятий торговли, зачастую выступает изменение нормативно-правовой базы, регулирующей различные аспекты торговой деятельности в Российской Федерации. При осуществлении анализа данного фактора необходимо определить изменится ли в ближайшее время законодательная база страны, рынка, отрасли, в которой функционирует исследуемое предприятие, повлияют ли изменения законодательной базы на деятельность предприятия и на прибыльность его бизнеса.

В феврале 2015 года Комитет Государственной Думы Российской Федерации по международным делам одобрил законопроект «О присоединении Российской Федерации к Международному договору по кофе» [5]. Данное соглашение было ориентировано на содействие развитию международного сотрудничества в области производства, торговли и переработки кофе, а также на достижение баланса между спросом и предложением на рынке кофе. Экономический эффект от подписания данного соглашения выражается в существенном уменьшении сроков прохождения стандартных процедур при импорте кофе на таможенную территорию страны.

С 2016 года рынок кофе претерпел еще некоторые изменения в области законодательства. На территории Российской Федерации в качестве национальных стандартов Российской Федерации начали действовать два новых ГОСТа по кофейной продукции: ГОСТ 32775-2014 «Кофе жареный. Общие технические условия» и ГОСТ 32776-2014 «Кофе растворимый. Общие технические условия» [6]. Данные ГОСТы регламентируют требования к сырью для производства кофе, к транспортировке, хранению, упаковке кофе и др. Введение в действие данных ГОСТов привело к ужесточению требований к сертификации товара. Однако, учитывая тот факт, что сертификация товаров в Российской Федерации носит добровольный характер, это не сильно отразилось на деятельности предприятий, функционирующих на этом рынке.

Экономические факторы

Вторую группу анализируемых факторов, воздействующих на отрасль функ-

ционирования ООО «Аллюр», составляют экономические факторы (табл. 2).

Среди экономических факторов наиболее весомое влияние на деятельность предприятий малого бизнеса, специализирующихся на продаже чая и кофе, к которой относится и ООО «Аллюр», можно отнести увеличение цен на данные продукты. В настоящее время чай и кофе почти полностью импортируются из-за границы. Поэтому, в связи со сложившейся экономической ситуацией в стране, наблюдается существенный рост цен на эту продукцию. Увеличение цен на данную продукцию связано с ростом стоимости сырья и удорожанием логистических услуг.

Среди экономических факторов важно отметить увеличение цен на элитные сорта чая и кофе, что стимулирует деятельность внутренних производителей и появление новых отечественных марок вследствие колебания курса валют в пользу доллара.

S-квадрант матрицы PEST отражает влияние социокультурных факторов на деятельность организации (табл. 3).

Социокультурные факторы

Среди таких факторов можно выделить переключение потребителей с более дорогих (премиальных продуктов) на более дешевые заменители из-за необходимости экономить средства в связи с финансовой ситуацией в стране. Спецификой рынка чая и кофе можно отметить то, что здесь покупатель не может дифференцировать в своем сознании продукт по качеству и не имеет эмоциональной привязанности к бренду, поэтому ориентируется, в первую очередь, на цену. В настоящее время на рынке чая можно отметить такую тенденцию: массовый потребитель выбирает либо пакетированный чай средней ценовой категории (из-за соотношения параметров цена-качество-экономичность), либо покупает, хоть и реже, высококачественный дорогой чай, одновременно предъявляя к нему весьма высокие требования. Кроме того, важно отметить и изменения, происходящие на рынке кофе. Так, сегмент обжаренного кофе растет несколько быстрее, чем сегмент растворимого, что можно связать с увеличением доли кофеен в городах.

Таблица 2

Анализ влияния экономических факторов на отрасль функционирования
ООО «Аллюр»

Наименование фактора	Воздействие на отрасль	Воздействие на компанию
1. Повышение курса валют в пользу доллара	Рост цен на сырье, рост оптовых цен на чай и кофе.	Снижение чистой прибыли при удержании прежних цен. Снижение спроса при закономерном повышении цен.
	Рост цен на элитные сорта чая и кофе.	Спрос на элитные сорта чая и кофе менее эластичен по цене. Ожидается лишь незначительное снижение спроса.
	Стимул для развития деятельности внутренних производителей и появление новых отечественных марок.	Потенциальное увеличение торговых партнеров. Новые виды продукции.
2. Рост инфляции (11%)	Повышение общего уровня цен.	Возможный положительный эффект из-за желания людей покупать товары с большим сроком годности и формировать запасы.
3. Снижение безработицы (4%)	Повышение количества работающих людей приведет к общему повышению покупательной способности населения и, как следствие, к возрастанию спроса на продукцию отрасли.	Потенциальное повышение спроса на продукцию.

Таблица 3

Оценка влияния социокультурных факторов на отрасль функционирования
ООО «Аллюр»

Наименование фактора	Воздействие на отрасль	Воздействие на компанию
1. Влияние моды на потребление отдельных видов чая и кофе	Ребалансировка производства определенных видов кофе и чая.	Пересмотр плана продаж по определенным видам кофе и чая. Анализ целесообразности закупки новых популярных сортов для перепродажи.
2. Переключение потребителей с более дорогих (премиальных) продуктов на более дешевые заменители	Перефокусировка производственных мощностей на товары в нижнем и среднем ценовом сегменте.	Уменьшение продаж премиальных сортов чая и кофе, увеличение продаж более дешевой продукции. Поскольку предприятие занимается продукцией в разных ценовых сегментах, что сгладит эффект от подобного изменения.
3. Увеличение сегмента жареного кофе в сравнении с сегментом растворимого	Наращивание импорта кофейных зерен.	Увеличение чистой прибыли от продажи кофе (предприятие торгует преимущественно обжаренным кофе).

Таблица 4

Оценка влияния технологических факторов на отрасль функционирования
ООО «Аллюр»

Наименование фактора	Воздействие на отрасль	Воздействие на компанию
1. Разработка новых вкусов чая и кофе, оригинальных форматов упаковки	Интенсивное и экстенсивное развитие отрасли	Возможность расширить ассортимент и тем самым привлечь клиентов.
2. Малая доля российских предприятий, специализирующихся на производстве растворимого кофе	Слабая конкуренция, низкое качество	Затруднения в нахождении хорошего российского партнера для поставки растворимого кофе.

Таблица 5

 Итоговый PEST-анализ влияния факторов на отрасль функционирования
 ООО «Аллур»

Группа факторов	Фактор	Опасность/Возможность	Вероятность события, %	Важность фактора	Влияние на предприятие	Программа действий
1	2	3	4	5	6=4*5	7
Политические факторы (Political factors)	1. Введение странами -торговыми партнерами санкций против России и Россией для ряда стран.	-	58	4	-2,32	Диверсификация торговых партнеров, выход на новых поставщиков.
	2. Появление на рынке новых поставщиков.	+	70	4,5	+3,15	
	3. Стимулирование внутренних производителей.	+	53	4	+2,12	
	4. Ужесточение государственного регулирования сферы оптовой торговли.	-	61	4,5	-2,745	
	5. Присоединение России к Международному соглашению по кофе.	+	92	4,5	+4,14	
	6. Вступление в силу новых ГОСТов на кофе.	-	88	2,5	-2,2	
Экономические (Economic factors)	1. Повышение курса валют в пользу доллара.	-	73	4,5	-3,285	Поиск партнеров на внутреннем рынке и увеличение доли заключенных контрактов, не привязанных к доллару.
	2. Рост инфляции (11%)	+/-	42	3,5	+/-1,47	
	3. Снижение безработицы (4%)	+	34	3,5	+1,19	
Социальные (Socio-cultural factors)	1. Влияние моды на потребление отдельных видов чая и кофе.	+/-	53	2,5	+/-1,325	Разработка стратегии расширения продуктовой линейки, увеличение продукции в низком ценовом сегменте, увеличение доли продаваемого жареного кофе.
	2. Переключение потребителей с более дорогих (премиальных) продуктов на более дешевые заменители.	+/-	61	2	+/-1,22	
	3. Увеличение сегмента жареного кофе в сравнении с сегментом растворимого.	+	57	4	+2,28	
Технологические (Technological factors)	1. Разработка новых вкусов чая и кофе, оригинальных форматов упаковки.	+	71	4,5	+3,195	Диверсификация продукции за счет добавления новых популярных сортов чая и кофе.
	2. Малая доля российских предприятий, специализирующихся на производстве растворимого кофе.	-	36	1	-0,36	

Как правило, во многих отраслях производства при анализе влияния социокультурного окружения на деятельность компаний, наиболее весомым фактором выступает изменение вкусов потребителей. Одной из особенностей российского рынка чая и кофе является то, что данные продукты относятся к категории таких, рынок которых никогда не будет заполнен полностью или перенасыщен. Этому свидетельствует большое количество разнообразных видов чая и кофе, появившихся на российском рынке в последние годы. Такие продукты, как чай и кофе должны чутко реагировать на малейшие изменения потребительского вкуса и потребительских симпатий. Очень сильное влияние на потребителей также оказывает и мода – мода на зеленый чай, мода на капучино, мода на кофе для похудения и т.п. В связи с этим при формировании матрицы PEST изменение вкусов потребителей было выделено в качестве одного из основополагающего фактора, воздействующего на компанию, специализирующуюся на продаже данных продуктов.

Технологические факторы, отраженные в Т-квадранте матрицы, определяют факторы, характеризующие технологический прогресс в отрасли (табл. 4).

Технологические факторы

Данная группа факторов требует детального анализа, так как в эпоху технологического прогресса именно технологические изменения могут значительно пошатнуть устоявшееся состояние рынка. Так, к примеру, в отношении производства растворимого кофе требуются очень большие капиталовложения. В настоящее время в России таких производств крайне мало, и они занимают минимальную долю рынка. Технологические факторы также задействованы вокруг создания новых способов привлечения потребителей, что возможно путем создания необычных вкусов чая и кофе или оригинальных форматов упаковки. В последние три года наметилась увеличивающаяся тенденция к возникновению спроса потребителей на различную продукцию под знаком «халяль». Эту тенденцию подхватили и производили чая. Например, с 2015г. предприятие «Универсальные пищевые технологии» представила рынку новый вид чая «Золо-

тая Чаша Халяль». Этот продукт одним из первых на российском рынке прошел сертификацию комитета стандартизации «Халяль» и получил одобрение у Совета муфтиев России, что подтверждает соответствующий сертификат [8]. Считается, что официальный сертификат «Халяль» является дополнительной гарантией качества продукта, подтверждающей, что продукция прошла строгий многоэтапный контроль соответствия производственных процессов мировым стандартам «Халяль». Этот факт важен, потому что анализируемый объект находится в городе Казань, где подавляющее большинство жителей – мусульмане.

Балльный STEP– анализ (экспертный опрос был проведен среди сотрудников ООО «Аллюр»)

Для количественного анализа рассмотренных нами факторов и степени их влияния на деятельность предприятия необходимо присвоить определенное количество баллов каждому фактору, проранжировать их по вероятности наступления события. Чтобы получить искомое значение, перемножим вероятность события на его ранг с учетом его благоприятности (+/-) для предприятия (табл.5).

Как показывает анализ, наиболее важное влияние для стимуляции развития сектора окажут такие факторы, как: появление на рынке новых поставщиков, присоединение России к Международному соглашению по кофе, разработка новых вкусов чая и кофе, оригинальных форматов упаковки. А наиболее сдерживающие факторы – это повышение курса валют в пользу доллара, ужесточение государственного регулирования сферы оптовой торговли, введение странами – торговыми партнерами санкций против России и Россией для ряда стран. Присутствуют также и нейтральные факторы в этой сфере бизнеса.

Выводы

Таким образом, наиболее важные изменения макросреды следующие:

- Динамика курсов валют приведет к снижению чистой прибыли предприятия;
- Рост инфляции повлечет за собой снижение спроса на товары в средних сегментах рынка;

– Присоединение России к Международному соглашению по кофе позволит более оперативно реагировать на изменения спроса покупателей, изменение структуры запасов;

– Разработка новых вкусов чая и кофе, оригинальных форматов упаковки позволит разработать новую ассортиментную

матрицу для наиболее полного удовлетворения спроса покупателей.

В итоге мы видим полезность и наглядность такого неколичественного метода анализа для оценки ситуации на рынке. Применение метода доступно и не затратно по времени для менеджмента малого бизнеса.

Библиографический список

1. Пьяникова Э.А. Анализ внешней конкурентной среды брендовых магазинов одежды // Известия юго-западного Государственного университета. 2013. № 6-1 (51). С. 19-25.
2. Никифорова Н.А. Стратегии, риски и их анализ в концепции устойчивого развития организации: монография. М.: КНОРУС, 2021. 284 с.
3. Продэкспо 2022 – международная выставка продуктов питания. [Электронный ресурс]. URL: <https://expomap.ru/expo/prodekspo-2022/#:~:text=> (дата обращения 28.04.2023).
4. Яшина Г. Санкции, эмбарго и импортозамещение: как изменился рынок продовольствия России [Электронный ресурс] // Торгово-промышленные ведомости (Издание Торгово-промышленной палаты РФ).
5. О присоединении Российской Федерации к Международному договору по кофе 2007: федер. закон Рос. от 08 августа 2001 г. № 129-ФЗ: принят Гос. Думой Федер. Собр. Рос. Федерации 24 февраля 2015 г.: одобр. Советом Федерации Федер. Собр. Рос. Федерации 4 марта 2015 г.
6. ГОСТ 26253—2014. Межгосударственный. стандарт. здания и сооружения. <https://pdf.standartgost.ru/catalog/Data2/1/4293769/4293769473.pdf>
7. Предприятие «Универсальные Пищевые Технологии» представила новый продукт – чай «Золотая Чаша Халяль» // Деловой журнал России «Кофе и чай». 2015. № 1 (119). С. 9.