

Analýza prostředí strategického podnikatelského záměru

1) Externí prostředí

- makroprostředí - existuje nezávisle na vůli podniku

Definuje:

Příležitosti O (Opportunities) a
Hrozby T (Threats).

Často ve vazbě na budoucnost.

Model SLEPT

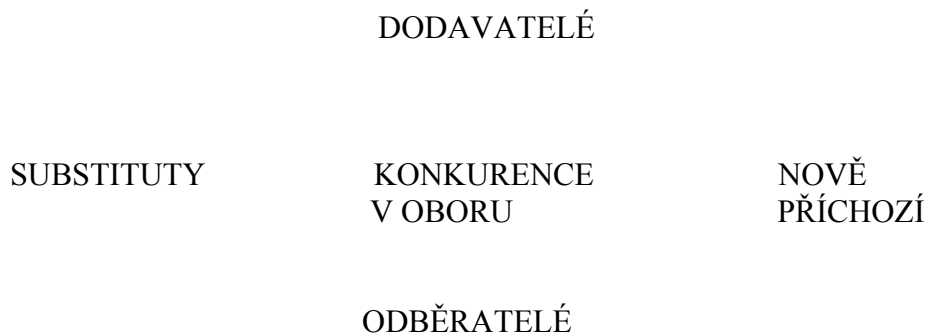
Popisuje vliv následujících základních sil makroprostředí:

S sociologie, v širším smyslu kultura
L legislativa
E ekonomika
T technologie.

- mezoprostředí - částečně podnikem ovlivnitelné nástroji marketingu

Model 5F

(pět konkurenčních sil podle Portera))



2) Interní prostředí

- mikroprostředí – podnik přímo ovlivňuje svými činnostmi

Definuje:

Silné stránky S (Strength) a
Slabé stránky W (Weakneses),

jako aktuální stav.

Model 4P (alt. 7P)

Product
Price
Place
Promotion

3) Souhrn výsledků strategické analýzy (generování alternativních strategií)

Matice SWOT

Silné stránky	Slabé stránky
Příležitosti	Hrozby

Matice TOWS

Modifikace SWOT matice o čtyři konkurenční strategie

	Silné stránky	Slabé stránky
Příležitosti	ofenzivní přístup	opatrný přístup
Hrozby	ukázat sílu a unikat nebezpečí	ustupovat, kompromisy, ebeny. likvidace

BCG matice (Boston Consulting Group), alt. známé i jako BPM (Business Portfolio Matrix)

