

거시환경분석- PEST분석

Jul., 06, 2009.

기업정보화 연구실

한양대학교 e-business 경영학과
정선화

▶ Index

I

거시환경분석

II

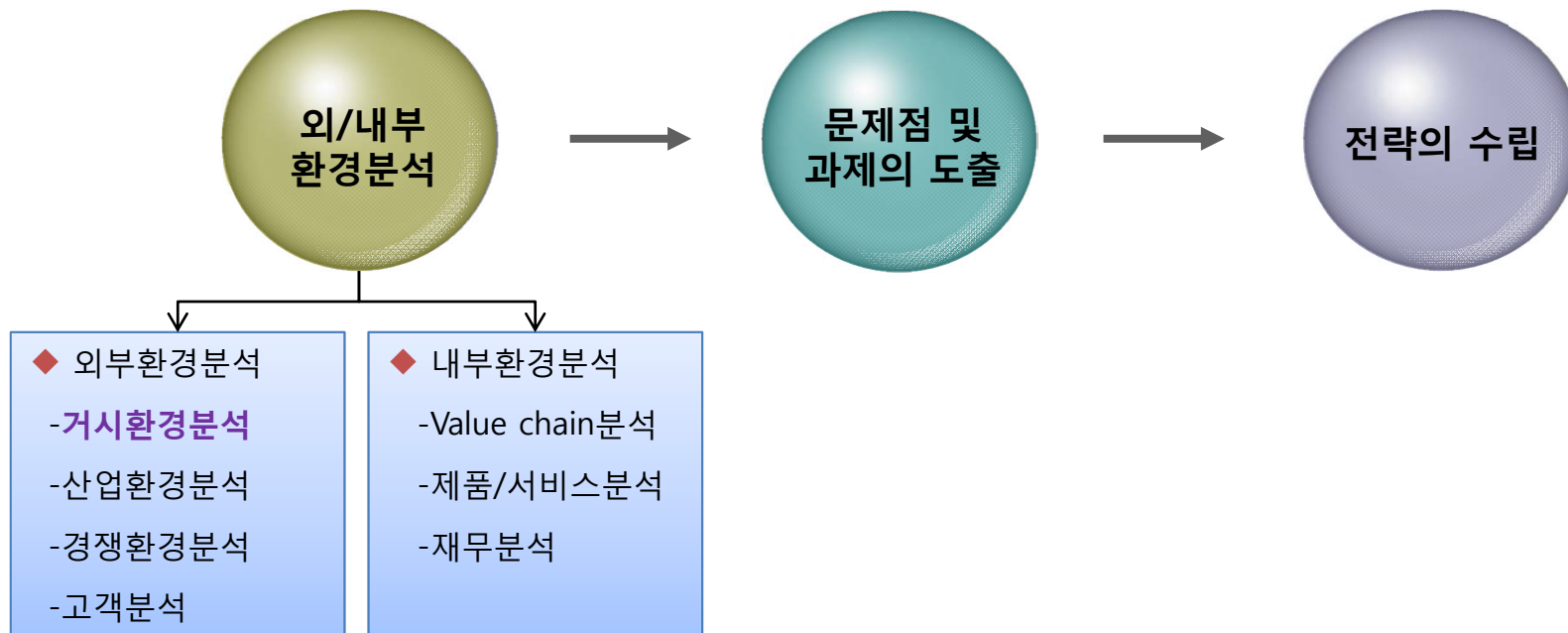
방법론 – PEST 분석

III

PEST 분석 사례

1. 거시환경분석이란?

- 마케팅 대상이 되는 하나의 큰 집단을 정하고, 그것의 정치적, 경제적, 사회문화적, 기술적 환경요인을 파악하고 분석
- 거시환경 분석이 중요한 이유
: 기업을 둘러싼 제품이나 소비자,시장의 환경요인은 수시로 변화함.거시환경을 모르고서는 기업의 전략과 방향을 잡기가 어려움. 거시환경 분석은 기업의 장기적인 방향을 설정하는데 유용한 분석방법임
- 환경분석 프로세스



2. 방법론- PEST 분석

1) 정의

정치적 환경(P)

▪ 마케팅 의사결정은 정치적 환경의 발전에 의해 많은 영향을 받음. 정치적 환경은 법률, 정부기관 등으로 구성되고, 이는 사회내의 다양한 조직과 개인의 활동에 영향을 미침. 마케팅 관리자는 사업에 영향을 미치는 다양한 법적/정치적 환경과 관련된 법규의 중요성을 인지하고, 관련이 있는 자료들을 면밀히 분석하여 적절한 대응책을 수립하여야 함

경제적 환경(E)

▪ 시장은 그것을 구성하는 기본단위인 사람뿐만 아니라 이를 바탕으로 한 구매력을 필요로 함. 구매력은 현재의 소득, 가격, 저축 등에 의해서 결정되는데 경제적 환경은 바로 이런 소비자의 구매력과 지출패턴에 영향을 미치는 요소들임. 마케팅 관련자들은 소비자들의 소득 추세와 소비자들의 소비패턴에 지대한 관심을 가져야 함

사회문화적 환경(S)

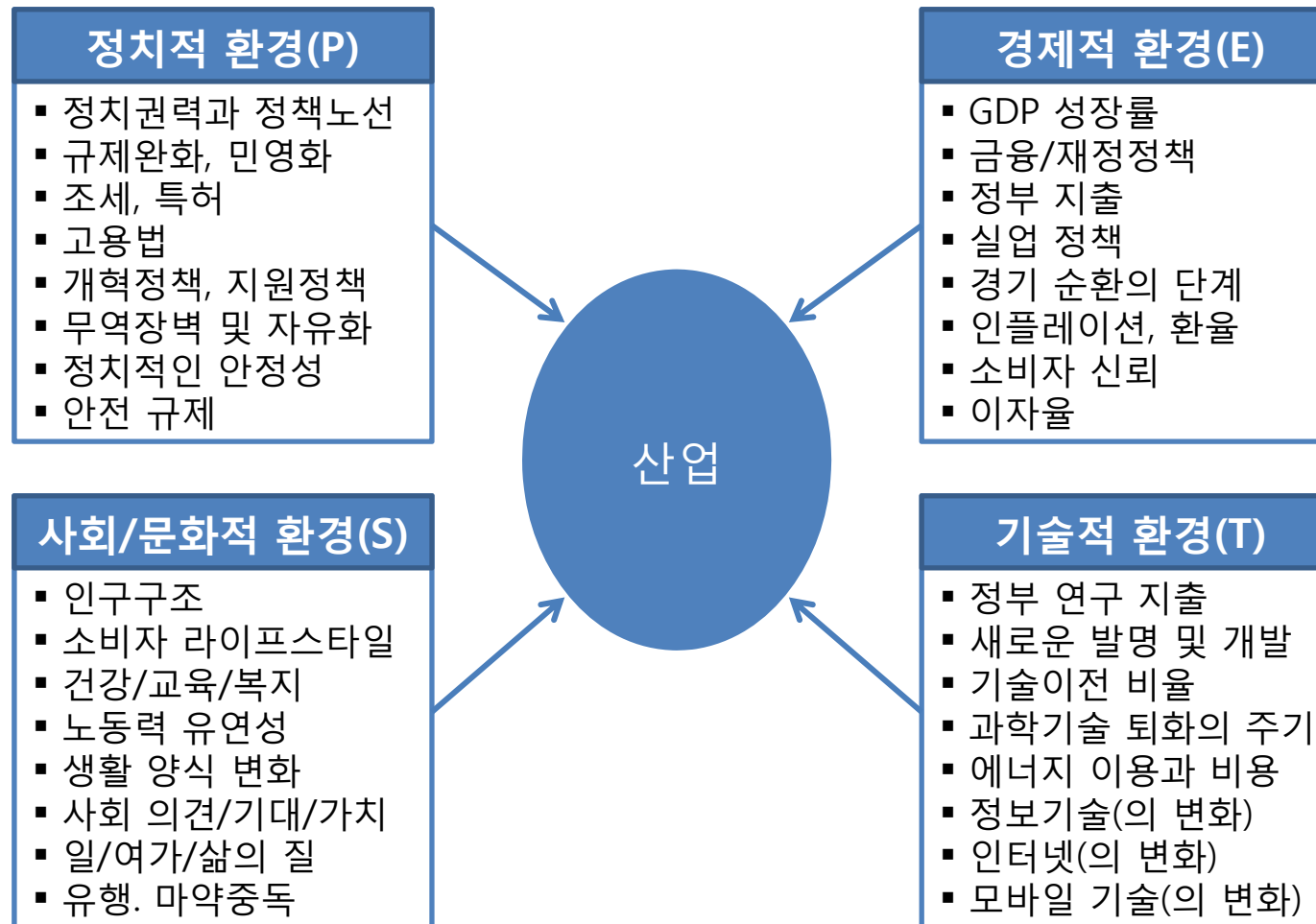
▪ 사회/문화적 변화 추세는 많은 기업에게 기회와 위협을 제공함. 사회/문화적 조류는 라이프스타일에서의 변화로 나타나며 이러한 변화를 간과한 기업은 다양한 측면에서 전략을 수정하게 됨

기술적 환경(T)

▪ 기술적 환경은 현재 인간의 생활에 가장 큰 영향력을 미치는 것 중 하나임. 새로운 기술의 도입은 시장을 창조해냄으로써 기업에게 새로운 수요를 창출해주기 때문에 매우 중요함

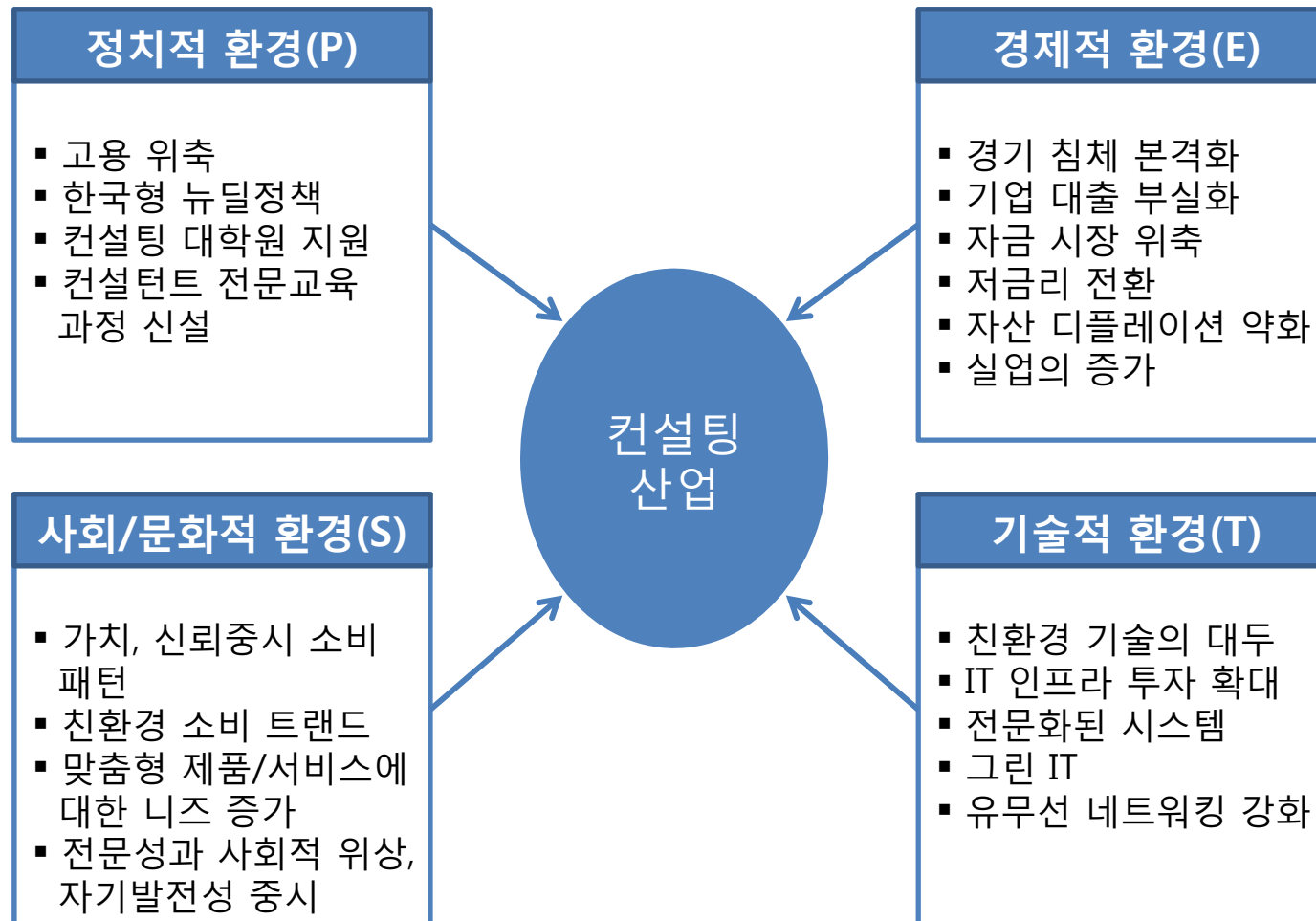
2. 방법론- PEST 분석

2) 요인



3. PEST 분석 사례

2) 컨설팅 회사



Thank you!