

ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ ПІДПРИЄМСТВА

Виконав студент
2 курсу групи 0504
Кравець Сергій

Загальна характеристика

- **Зовнішнє середовище підприємства (ЗСП)** – сукупність активних сил, які діють за межами підприємства і можуть суттєво впливати на його діяльність.

Виділяють наступні характеристики ЗСП:

- ❖ Складність
- ❖ Невизначеність
- ❖ Мінливість
- ❖ Взаємопов'язаність факторів ЗСП

ЗСП непрямого впливу:
законодавство, культурне
середовище, природні
фактори, соціальні фактори,
політичні фактори.

ЗСП прямого впливу:
постачальники,
маркетингові
посередники, споживачі,
конкуренти, аудитори.

**Внутрішнє
середовище**
(земля, праця,
капітал, економічна
діяльність,
інформація)

ЗСП прямого впливу

Середовище прямого впливу представлене силами, що мають безпосереднє відношення до підприємства і його підприємницьким можливостям.

До нього відносяться:

- **Постачальники** - це різні суб'єкти господарювання, що забезпечують підприємство матеріально-технічними та енергетичними ресурсами, необхідними для виробництва конкретних товарів або послуг.
- **Маркетингові посередники** - це фірми, що допомагають підприємству в просуванні, збуті і розповсюдженні його товарів серед клієнтів. До них відносяться торгові посередники, фірми - фахівці з організації руху товару, агентства з надання маркетингових послуг і кредитно-фінансові установи.

- **Конкуренти** - суперники підприємства в боротьбі за більш вигідні умови виробництва і збуту товарів, за отримання найвищого прибутку.

Конкуренти поділяються на:

- a) прямих – виробники аналогічних товарів;
- b) непрямих – виробники замінників.

- Основними клієнтами підприємства є споживачі на різних клієнтурних ринках:
 - виробників (організації, які купують продукцію виробничо-технічного характеру);
 - споживачів (населення, яке купує товари та послуги для особистого споживання);
 - державних установ (оптові покупці продукції для державних потреб);
 - міжнародному (іноземні покупці).

Контактні аудитори - це організації, що проявляють реальний або потенційний інтерес до підприємства або мають вплив на його здатність досягати поставлених цілей. Це фінансові кола (банки, інвестиційні компанії, фондова біржа, акціонери), засоби інформації, різні державні установи представницької і виконавчої влади, населення та громадяни групи дій (громадські організації).

SWOT-аналіз

Однією з найбільш простих і доступних методик аналізу зовнішнього середовища компанії є SWOT-аналіз.

Назвою цього виду аналізу є аббревіатура за першими літерами англійських слів

- I. Strengths - сильні сторони
- II. Weaknesses - слабкі сторони
- III. Opportunities - можливості
- IV. Threats - загрози

SWOT-аналіз

	Можливості	Загрози
Сильні сторони	Заходи, які необхідно провести щоб використовувати сильні сторони для реалізації можливостей	Заходи, які використовують сильні сторони для уникання загроз
Слабкі сторони	Заходи, які необхідно провести для подолання слабких сторін. Використовуючи можливості	Заходи, які мінімізують слабкі сторони для уникання загроз

ЗСП непрямого впливу

Під зовнішнім середовищем непрямого впливу розуміють фактори, які не впливають негайно, позначаються на його функціонуванні

- Підприємство
 - Політичні фактори
 - Екологічні фактори
 - Культурні фактори
 - Економічні фактори
 - Науково-технічні фактори
- Міжнародні фактори
- Природні фактори

- **Економічні чинники:**
 - зростання і спад промислового виробництва,
 - рівень і темпи інфляції,
 - коливання курсу гривні щодо валют ін. держав,
 - система оподаткування та кредитування,
 - попит і пропозиція на ринку,
 - платоспроможність контрагентів,
 - рівень і динаміка цін,
 - безробіття та ін.
- **Екологічні фактори:**
 - зростання забруднення навколишнього середовища,
 - посилення державного контролю за якістю та безпекою товарів.
- **Природні фактори:**
 - дефіцит деяких видів сировини,
 - подорожчання енергії.

- Політичні фактори: законодавче регулювання підприємницької діяльності, рівень політичної стабільності в суспільстві.
- Науково-технічні фактори: фундаментальні, теоретичні дослідження, прикладні дослідження, конструкторсько-технологічні розробки, створення зразків нової техніки, її освоєння і промислове виробництво, а також впровадження нової техніки в економіку

- Культурні фактори: життєві цінності і традиції, релігійні норми, стандарт поведінки.
- Міжнародні фактори:
 - більш низькі витрати ведення бізнесу за кордоном,
 - прагнення піти від торгових обмежень усередині країни,
 - інвестиційні та виробничі можливості інших країн.

PEST — аналіз

В ході дослідження ЗСП непрямого впливу використовуються так звані методики PEST-аналізу. В ході PEST-аналізу підприємство намагається виявити сприятливі і несприятливі тенденції по кожному з основних чинників середовища непрямого впливу (політичні, економічні, соціальні та технологічні), і на цій основі вирішити питання про продовження своєї роботи (наприклад, здійснення інвестицій в розробку нового продукту) або, навпаки, про відхід з даного ринку.

Основні фактори PEST - аналізу

- Динаміка галузі
 - Політичні
 - Економічні
 - Демографічні
 - Технічні

Державна підтримка підприємства

- Функції держави
 - Соціальний захист
 - Стабілізація економіки
 - Створення правової основи
 - Забезпечення правопорядку
 - Розробка господарчого законодавства
 - Захист конкуренції