**Тема 4.Зовнішнє та внутрішнє середовище бізнес-діяльності**

*1. Метою якого аналізу є змістовний і більш-менш формалізований опис об’єкта дослідження, виявлення особливостей, тенденцій, мож­ливих і неможливих напрямків його розвитку?*

а) аналізу конкурентної позиції;

б) стратегічного аналізу;

в) аналізу виробничого потенціалу.

*2. Про яке середовище йде мова? Сукупність факторів, які фор­мують довгострокову прибутковість підприємства і на які воно не може впливати взагалі або має незначний вплив:*

а) зовнішнє;

б) внутрішнє;

в) проміжне.

*3. Результатом якого аналізу стає системна модель об’єкта та його оточення?*

а) аналізу стратегічного рівня підприємства;

б) аналізу виробничого потенціалу;

в) стратегічного аналізу.

*4. Визначте фактори проміжного середовища організації:*

а) політичні фактори;

б) аналіз споживачів;

в) технологічні фактори;

г) конкурентні;

д) соціально-культурні.

*5. Про яке середовище йде мова? Це сукупність факторів які фор­мують довгострокову прибутковість підприємства і перебувають під безпосереднім контролем керівників та персоналу:*

а) зовнішнє;

б) внутрішнє;

в) проміжне.

*6. Назвіть складові зовнішнього середовища:*

а) організації регулятори;

б) економічний стан;

в) соціально-культурний стан;

г) конкуренція;

д) технологічний стан.

*7. Про яке середовище підприємства йде мова? Це сукупність факторів які формують довгострокову прибутковість підприємства і на які воно може впливати через встановлення ефективних кому­нікацій:*

а) зовнішнє;

б) проміжне;

в) внутрішнє.

*8. Визначте фактори внутрішнього середовища підприємства:*

а) науково-технічні;

б) географічні;

в) маркетингові;

г) виробничі;

д) конкурентні.

*9. Які фактори внутрішнього середовища включають у себе аналіз рівня продажу та вартості товару, розмірів сегменту ринку, якість і конкурентоспроможність продукції чи послуг?*

а) виробничі;

б) маркетингові;

в) організаційні;

г) фінансові.

*10. Визначте фактори зовнішнього середовища які аналізують загальну кон’юнктуру національних ринків, систему ціноутворення, обіг грошей, товарів, інформації:*

а) економічні;

б) політичні;

в) технологічні;

г) конкурентні.

**Питання для самостійного опрацювання**

1. Підходи вітчизняних і зарубіжних вчених до структуризації чинників зовнішнього середовища підприємства.
2. Визначення стратегічних груп у процесі аналізу галузі.
3. Вплив державних органів управління на діяльність вітчизняних підприємств.
4. Сутність управлінського обстеження та методи його здійснення.

Для засвоєння матеріалу з питань самостійної роботи слід скористатись літературними джерелами, періодичними виданнями та ресурсами Інтернету.

**Теми рефератів**

1. Поняття «середовище організації»: сутність, характерні риси та особливості.
2. Зовнішнє середовище підприємства: структуризація та визначення факторів впливу на діяльність підприємства.
3. Вплив нестабільності зовнішнього середовища на діяльність підприємства.
4. Визначення бар’єрів входу-виходу з галузі при застосуванні моделі М. Портера.

**Практичні завдання**

Завдання 1

Вкажіть, які з нижчеперелічених факторів визначають зовнішнє, а які – внутрішнє маркетингове середовище підприємства АТ «Трест Житлобуд-1»:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Фактори | Зовнішні фактори | Внутрішні фактори |
| 1 | Організація маркетингу та збуту на підприємстві АТ «Трест Житлобуд-1» |  |  |
| 2 | Механізм податкового регулювання в Україні |  |  |
| 3 | Імідж підприємства АТ «Трест Житлобуд-1» |  |  |
| 4 | Засоби виробництва АТ «Трест Житлобуд-1» |  |  |
| 5 | Проблема утилізації виробничих відходів у м. Харків |  |  |
| 6 | Система оплати праці на АТ «Трест Житлобуд-1» |  |  |
| 7 | Віковий стан населення Харківської області |  |  |
| 8 | Розташування об’єктів будівництва АТ «Трест Житлобуд-1» |  |  |
| 9 | Державна стратегія розвитку спорту |  |  |
| 10 | Інноваційний розвиток регіону |  |  |
| 11 | Дієвість громадських організацій м. Харків |  |  |
| 12 | Реалізація державної програми «Доступне житло» |  |  |

Завдання 2

Визначте фактори макросередовища, що є важливими для продавців наведених груп товарів. Позначте галочкою 5-7 найбільш важливих з них.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Групи товарів | Демографічні фактори | Соціальні фактори | Економічні фактори | Технологічні фактори | Політико-географічні фактори |
| 1 | Хлібобулочні вироби |  |  |  |  |  |
| 2 | Колекційні прикраси |  |  |  |  |  |
| 3 | Будівельний інструмент |  |  |  |  |  |
| 4 | Машини |  |  |  |  |  |
| 5 | Дитячий одяг |  |  |  |  |  |

Завдання 3

Визначте, які суб'єкти ринкової діяльності складають маркетингове мікросередовище для Торгової мережі супермаркетів «АТБ»:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Групи представників мікросередовища | Суб’єкти ринкових відносин | Зміст ринкових відносин |
| 1 | Споживачі |  |  |
| 2 | Постачальники |  |  |
| 3 | Конкуренти |  |  |
| 4 | Посередники |  |  |
| 5 | Контактні аудиторії |  |  |

Обґрунтуйте приналежність кожного з суб'єктів до певної групи представників мікросередовища.

Завдання 4

Економічні реформи можуть здійснити сильний вплив на маркетингові плани підприємства. З огляду на останні події економічного середовища, подумайте над наступним:

Назвіть галузі підприємництва, на маркетингові плани й стратегії яких, на вашу думку, найбільш вплинуть економічні реформи останнього періоду.

Поясніть, які саме рішення економічних реформ формують можливості або загрози для розвитку бізнесу у цих галузях.

Завдання 5

Провести SWOT-аналіз для торгового центру «Епіцентр» (м. Харків).



Рисунок 4.1 – SWOT-аналіз