

Temat: Analiza otoczenia

Przepisz do zeszytu.

1. Otoczeniem przedsiębiorstwa jest wszystko to co znajduje się na zewnątrz przedsiębiorstwa i ma wpływ na prowadzoną przez nie działalność. Otoczenie przedsiębiorstwa stanowią więc pracownicy, klienci, dostawcy, firmy współpracujące i konkurencyjne oraz warunki, w jakich działa przedsiębiorstwo.
2. Otoczenie przedsiębiorstwa

Otoczenie przedsiębiorstwa	
Makrootoczenie (otoczenie dalsze)	Mikrootoczenie (otoczenie konkurencyjne)
- ekonomiczne (makroekonomiczne) - technologiczne - polityczno-prawne - demograficzne - społeczne (społeczno-kulturowe) - infrastrukturalne	- konkurenci (istniejący i potencjalni) - nabywcy - dostawcy - kooperanci - urzędy - instytucje otoczenia biznesu

3. Wpisz wymienione elementy otoczenia do właściwej kolumny tabeli.

Elementy otoczenia

Dostawcy surowców, przedsiębiorstwa konkurencyjne, bank prowadzący rachunek bankowy, przepisy prawa podatkowego, gazeta zamieszczająca reklamy przedsiębiorstwa, tradycja obdarowania się prezentami gwiazdkowymi

Otoczenie bezpośrednie	Otoczenie pośrednie

Odpowiedz na pytania i odpowiedzi proszę przesłać.

4. Analiza rynku - badanie zmian w procesach rynkowych (cen, podaży, działań konkurentów, gustów klientów, mody), potrzebne przedsiębiorcy do ustalenia strategii działalności.
5. Analiza SWOT – pozwala na zidentyfikowanie mocnych i słabych stron szans i zagrożeń np. przedsiębiorstwa.
Ogólne założenie analizy SWOT to wykorzystanie szans dzięki mocnym stronom oraz unikanie zagrożeń i pokonywanie słabości.
Przykład analizy SWOT.

Analiza strategiczna – analiza SWOT klubu fitness zlokalizowanego w mieście liczącym poniżej 15 tys. mieszkańców

Czynniki wewnętrzne	
mocne strony	słabe strony
- wykwalifikowany personel gwarantujący wysoki poziom usług - nowoczesny sprzęt - dostosowanie cen do możliwości klientów - lokalizacja w centrum miasta (blisko dworca autobusowego i szkół średnich)	- brak własnego lokalu – konieczność wynajmu - małe doświadczenie właścicieli w prowadzeniu biznesu - krótki okres funkcjonowania na rynku - ograniczone środki na działania marketingowe
Czynniki zewnętrzne	
szanse	zagrożenia
- niemal monopolistyczna pozycja na lokalnym rynku ze względu na brak konkurencji - duży potencjalny popyt na tego typu usługi (potwierdzony badaniami rynkowymi) - zwiększająca się popularność zdrowego stylu życia - systematyczny wzrost płac i tym samym zamożności potencjalnych klientów - możliwość wykupienia wynajmowanego obiektu - możliwość rozszerzenia działalności o nowe usługi (np. zajęcia dla kobiet w ciąży) - powstanie filii uczelni wyższej i napływ studentów - możliwość pozyskania dodatkowych środków na rozwój z funduszy europejskich	- pojawienie się konkurencji o dużych możliwościach inwestowania - wzrost cen wynajmu lokalu wynikający z braku możliwości podpisania długoterminowej umowy najmu ze stałym czynszem - niestabilność przepisów prawnych w zakresie podatków - duży wzrost kosztów mediów - niż demograficzny i emigracja młodych ludzi do dużych miast, mające odzwierciedlenie w spadku liczby klientów z grupy 15–35 lat