

Макросреду маркетинга образуют факторы, в которых предприятие осуществляет свою деятельность.

### **Основные факторы макросреды:**

**Природные:** Уровень развитости, использования потенциала природных ресурсов.

**Демографические:** Структура, численность, плотность и воспроизводные характеристики населения.

**Экономические:** Финансовое положение рабочих, служащих и пенсионеров, их покупательная способность. Показатели финансово-кредитной системы.

**Политико-правовые:** Развитость правовой защиты населения и законодательства, сопровождающего предпринимательскую деятельность.

**Научно-технические:** Состояние и развитие научно-технического прогресса в базовых отраслях экономики.

**Социально-культурные:** Традиции, религия, обычаи, привычки, язык, уровень развития образования и

Макросреду маркетинга образуют факторы, в которых предприятие осуществляет свою деятельность.

Основные факторы макросреды:



стали относить к коммерческим факторам)

- **Демографические условия** (численность населения, темпы его изменения, распределения по регионам страны, половозрастная структура, показатели смертности и рождаемости).
- **Социально-экономические условия** (темпы экономического развития, размер и динамика доходов)
- **Социально-культурные условия** (традиции, религия, обычаи, привычки, язык, уровень развития образования и культуры страны)
- **Научно-исследовательские изобретения и открытия**, возможность создания новых, более совершенных товаров, обновление выпускаемой продукции)
- **Природно-климатические условия** (климат, место расположение предприятия, в последнее время их