



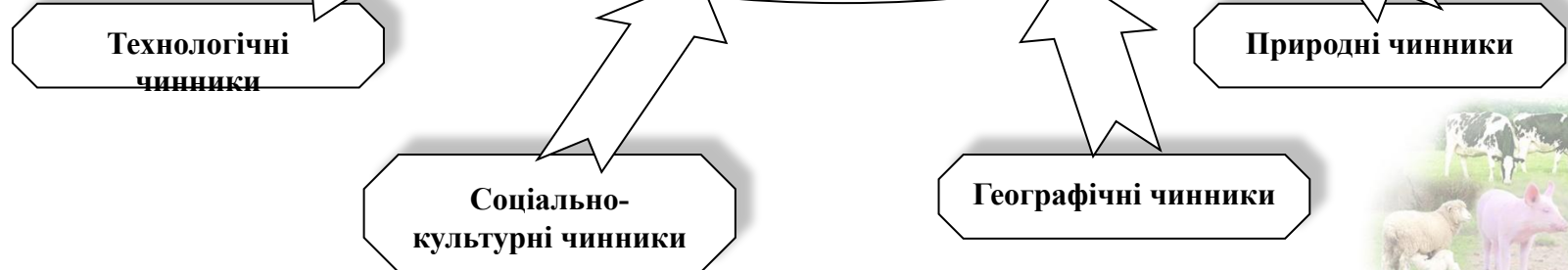
# МАРКЕТИНГОВЕ СЕРЕДОВИЩЕ ТА МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ

КНЕУ 2012

## Макрозовнішнє середовище

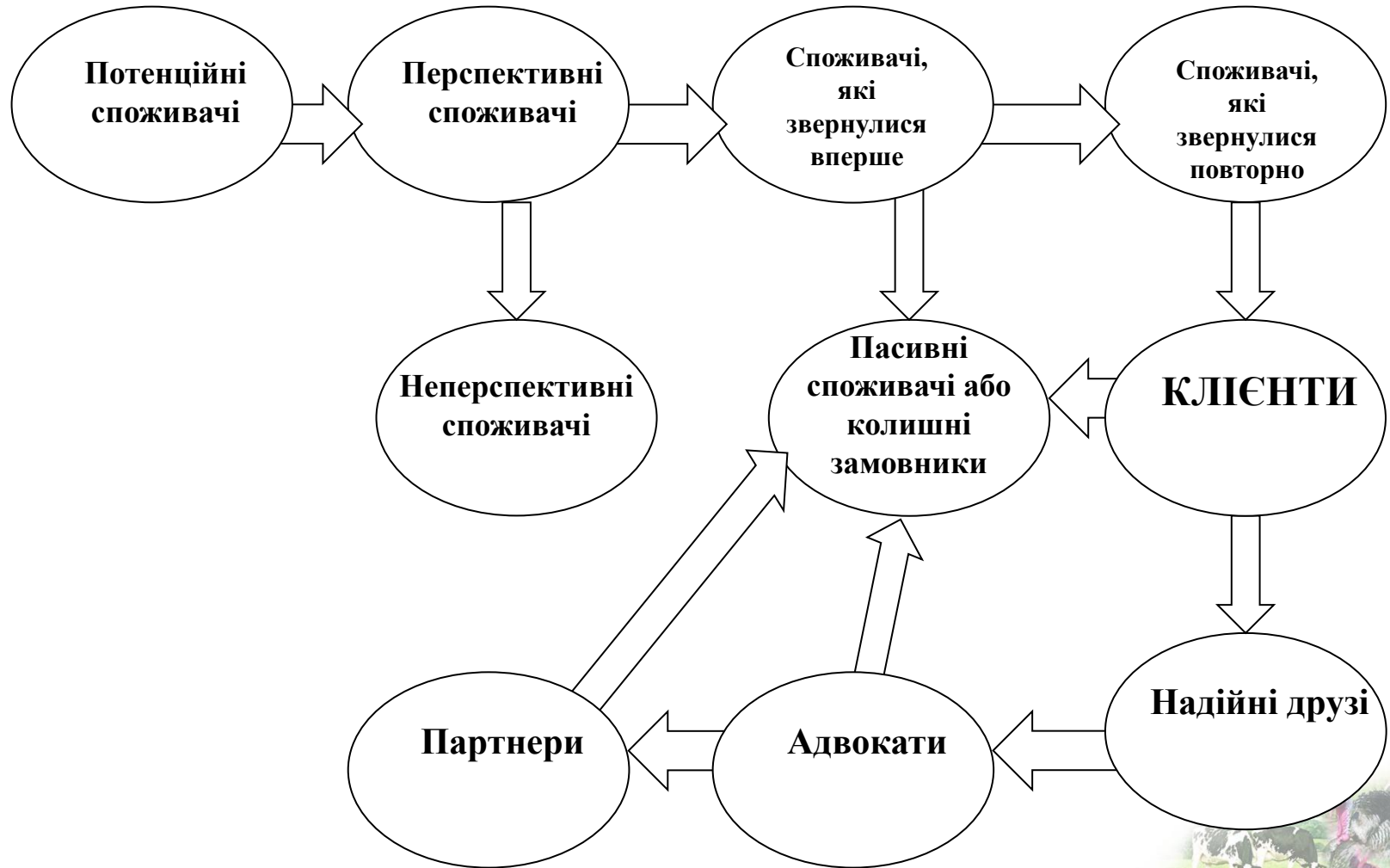


## Мікрозовнішнє середовище





# ЕВОЛЮЦІЯ СПОЖИВАЧА





## **ЕКОНОМІЧНІ ФАКТОРИ**

- **тенденції зміни валового національного продукту;**
- **рівень інфляції;**
- **розподіл доходів в країні;**
- **рівень зайнятості та структура вільного часу;**
- **банківський відсоток на вклади населення та доступність кредитів;**
- **регулювання грошової маси;**
- **система оподаткування, митні тарифи;**
- **вартість енергоресурсів та інших важливих ресурсів;**
- **міжнародний платіжний баланс;**
- **система міжнародних договорів, угод; правила і норми зовнішньої торгівлі;**
- **валютна стабільність.**



## **ПОЛІТИКО-ПРАВОВІ ФАКТОРИ**

- політична стабільність;
- законодавче регулювання економічної діяльності;
- урядові установи (пільги, квоти, ліцензії);
- антимонопольне регулювання;
- податкова і митна політика;
- спеціальні стимули;
- ставлення до іноземних компаній;
- трудове законодавство;
- рівень корумпованості органів влади;
- прийняті форми лобізму;
- бюрократизм;
- впливові групи населення;
- вплив суспільних організацій;
- конс`юмеризм.







## **ДЕМОГРАФІЧНІ ФАКТОРИ**

- **численність, народжуваність і смертність населення;**
- **міграція населення;**
- **вікова структура;**
- **етнічна і національна структура;**
- **розподіл за статтю, національністю;**
- **доходи споживачів;**
- **система доходів та витрат на сім'ю;**
- **тривалість робочого дня;**
- **рівень освіти;**
- **структура домогосподарства.**



# СОЦІАЛЬНО- КУЛЬТУРНІ ФАКТОРИ

- соціально-культурні умови;
- суспільні цінності;
- мовні і культурні традиції;
- свята;
- прийняті норми поведінки, моралі;
- субкультури.





# ПРИРОДНІ І ГЕОГРАФІЧНІ ФАКТОРИ

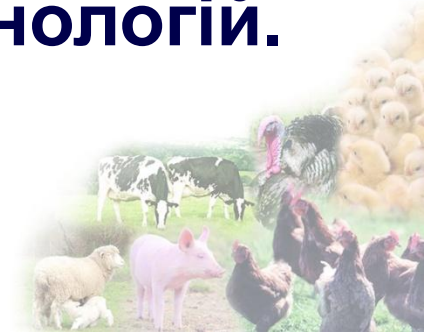
- кліматичні умови;
- інфраструктура регіону (розподіл за економіко-географічними регіонами);
- забезпеченість енергією, корисними копалинами;
- якість ґрунту, повітря, води;
- забруднення навколишнього середовища;
- вимоги до охорони довкілля





# ***ТЕХНОЛОГІЧНІ ФАКТОРИ***

- **рівень розвитку науки і техніки;**
- **темпи науково-технічного прогресу;**
- **державне регулювання наукових досліджень;**
- **кваліфікація робочої сили;**
- **технологічні нововведення.**
- **рівень використання сучасних технологій.**





# ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ В МАРКЕТИНГУ

- одержувати конкурентні переваги;
- знижувати фінансовий ризик;
- визначати ставлення споживачів;
- стежити за зовнішнім середовищем;
- розробляти та координувати стратегію розвитку підприємства;
- планувати та оцінювати діяльність;
- підвищувати довіру до реклами;
- одержувати підтримку в управлінських рішеннях;
- зміцнювати інтуїцію при прийнятті рішень відносно товарів, товарних груп, цін, окремих клієнтів тощо (в рамках діючої маркетингової стратегії);
- поліпшувати ефективність діяльності.



# НАПРЯМКИ МАРКЕТИНГОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

- аналіз кон'юнктури ринку та оцінка можливостей продажу;
- орієнтація підприємства на випуск товарів, збут яких забезпечений умовами ринку;
- вивчення товару, в тому числі і можливостей виробництва нових товарів, адже для того, щоб запустити новий товар, компанія повинна знати потенційний обсяг ринку з метою компенсувати свої витрати на виведення товару на ринок;
- вивчення рекламного матеріалу;
- економічні дослідження;
- оцінка результатів діяльності підприємства;
- визначення конкурентних позицій і продукції підприємства в цілому;
- розробка рекомендацій стосовно цінових, комунікаційних та збутових маркетингових політик підприємства;
- дослідження поведінки споживачів, конкурентів та інших суб'єктів ринку (постачальників, посередників тощо).



# ЕТАПИ ПРОЦЕСУ МАРКЕТИНГОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ





# ЧИННИКИ, ЩО СТВОРЮЮТЬ ПРОБЛЕМИ СТОСОВНО ЗДІЙСНЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ В АПК УКРАЇНИ





# ПЕРЕВИРОБНИЦТВО

**Бізнес**



**надлишок  
продукції, яка  
надходить на  
ринок і не може  
бути реалізована  
через  
перевищення її  
пропозиції над  
попитом**

**Аграрна наука**



**Рівень задоволення потреб у  
продуктах харчування в  
країні**







**МІСТКІСТЬ (ПОТЕНЦІАЛ) РИНКУ** –  
максимально можливий об'єм реалізації  
товару за конкретний період часу за  
певної ринкової ситуації і рівня цін на  
даний товар

**РОЗМІР (ОБ'ЄМ) РИНКУ** – це реальні  
продажі товару на даному ринку у  
визначений період.



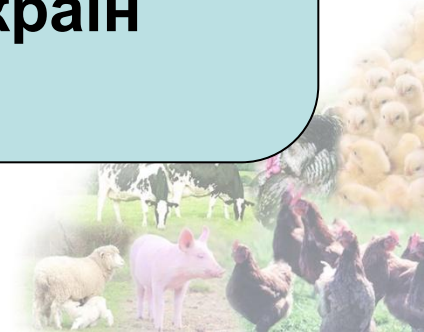


**РІВЕНЬ  
СПОЖИВАНН  
Я  
НА ДУШУ  
НАСЕЛЕННЯ**

**Раціональні  
(науково-  
обґрунтовані  
норми)  
споживання**

**Досвід  
минулих  
(стабільних)  
років**

**Досвід  
інших  
(розвинутих)  
країн**





# РАЦІОНАЛЬНІ (НАУКОВО- ОБҐРУНТОВАНІ) НОРМИ СПОЖИВАННЯ

## ПЕРЕВАГИ

1. Глибокий науковий підхід
2. Стратегічний орієнтир для розвитку бізнесу

## НЕДОЛІКИ

1. Розробляються в основному для окремих («стратегічних») продуктів
2. Розроблялися ще у радянський період, які адаптували потреби під відповідні традиції споживання





# ДОСВІД МИНУЛИХ (СТАБІЛЬНИХ) РОКІВ

## ПЕРЕВАГИ

**Швидке прогнозування  
тенденцій ринку в разі  
подолання кризи та  
відновлення  
економіки**

## НЕДОЛІКИ

**Традиції споживання можуть  
істотно змінитися**





# ДОСВІД ІНШИХ (РОЗВИНУТИХ) КРАЇН

## ПЕРЕВАГИ

1. Врахування впливу глобалізації, взаємопроникнення різних культур
2. “Ефект затриманого розвитку” економіки України (порівняно із країнами-сусідами із схожою культурою споживання)

## НЕДОЛІКИ

1. Сильні власні національні культурні традиції



# ЕТАПИ ДОСЛІДЖЕННЯ КОН'ЮНКТУРИ РИНКІВ ТОВАРІВ АПК







## ПЛАН ДОСЛІДЖЕННЯ:

1. Резюме
2. Історичні особливості розвитку ринку та динаміка статистичних показників, які визначають розвиток ринку.
3. Паспорт ринку:
  - параметри ринку (місткість та розмір) – у натуральних та вартісних показниках;
  - рівень споживання продукту на душу населення;
  - співставлення обсягів виробництва та споживання, експорт, імпорт;
  - співвідношення попиту та пропозиції (дефіцит, профіцит)
4. Макроекономічні чинники формування кон'юнктури ринку (рівень інфляції, купівельна спроможність, стадія кризи тощо)
5. Існуючі прогнози розвитку ринку, цінова динаміка, біржові ціни
6. Регіональні особливості кон'юнктури ринку
7. Законодавче та адміністративне регулювання !!!
8. Вплив світової кон'юнктури та зовнішньоекономічних операцій
9. Інші особливості ринку (сезонність, науково-технологічний цикл тощо)





# Дякую за увагу!

