



УЧРЕЖДЕНИЕ «КОСТАНАЙСКИЙ ВЫСШИЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КОЛЛЕДЖ КАЗПОТРЕБСОЮЗА»

Специальность 0513000 «Маркетинг (по отраслям)»

Квалификация 0513040 2 «Агент коммерческий»

ПМ 06 «Осуществление поиска и создание базы
данных потенциальных клиентов»

Дисциплина «Основы маркетинга»

Сысоева Александра Ивановна –
преподаватель специальных
дисциплин



Тема: **МАКРОСРЕДА МАРКЕТИНГА**



Цели урока:

- ◎ сформировать представление о макросреде предприятия;
- ◎ изучить основные факторы макросреды функционирования предприятия;



ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ МАКРОСРЕДЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ



ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ МАКРОСРЕДЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ



- **Демографическая среда.** Она очень важна для маркетинга, так как рынки состоят в основном из людей. Происходят постоянные изменения в демографической среде. Это изменение возрастной структуры покупателей, миграция населения, изменение численности на различных территориальных рынках и т. д., которые влияют на рыночную деятельность.



ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ МАКРОСРЕДЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ



- **Экономическая среда.** Для рынка очень важна покупательная способность потребителей, уровень которой зависит от цен на товары, уровня текущих доходов, наличия сбережений, доступности кредита.

- **Природная среда.** Ее влияние на рыночную деятельность проявляется в основном в двух аспектах. Во-первых, с точки зрения дефицитности различных видов природного сырья, во-вторых, с экологических позиций (например – запрещение в некоторых странах реализации асбеста, как экологически вредного материала).



ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ МАКРОСРЕДЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ



- **Научно-техническая среда.** Наиболее сильный и изменчивый фактор макросреды, так как под его воздействием происходит постоянное изменение требований покупателей к товарам.

- **Политико-правовая среда** проявляется в изменениях законодательства по регулированию предпринимательской деятельности (таможенная и налоговая система, антимонопольное законодательство, местное законодательство по регулированию торговой деятельности и т. д.).



Главной особенностью перечисленных выше факторов макросреды является то, что все они мало поддаются или вообще не поддаются контролю со стороны предприятия. Предприятие практически не может на них влиять и поэтому вынуждено следить и своевременно реагировать на их изменения.

МАКРОСРЕДА МАРКЕТИНГА И ЕЁ ФАКТОРЫ

Факторы	Отличительные особенности
Демографические	Численность населения. Размещение по регионам. Плотность населения. Миграция населения. Возрастная, половая и национальная структура. Рождаемость и смертность. Этническая и религиозная принадлежность
Экономические	Покупательная способность населения. Уровень инфляции. Финансово-кредитное положение в стране. Система налогообложения. Изменение в структуре потребления граждан. Эластичность потребления
Естественные	Климатические условия. Географическое месторасположение. Состояние и перспективы использования источников сырья и энергоресурсов. Уровень загрязненности окружающей среды
Научно-технические	Уровень развития науки и техники. Темпы технологических изменений в основных отраслях (машиностроение, автомобиле-, тракторостроение). Безопасность и ее требования в технологических нововведениях. Квалификация рабочей силы
Политико-правовые	Состояние законодательства, государственная экономическая политика. Последствия влияния внешнеполитических акций на развитие рынков сбыта. Влияние общественности на принятие государственными органами власти решений относительно социально-экономического развития
Социально-культурные	Особенности культурных и нравственных ценностей сообществ потребителей

ДОМАШНЕЕ ЗАДАНИЕ



1. Написать конспект по теме урока.
2. Определить, какие утверждения являются верными («да»), а какие – ложными («нет»):
 - 2.1. Миграция населения является фактором макросреды предприятия.
 - 2.2. Покупательная способность населения, уровень инфляции - это факторы микросреды предприятия.
 - 2.3. Микросреда представлена факторами более широкого социального плана.
 - 2.4. Само предприятие рассматривается как элемент макросреды.
 - 2.5. Макросреда представлена факторами, имеющими непосредственное отношение к самой фирме, это деятельность поставщиков, маркетинговых посредников, клиентов, конкурентов и контактные аудитории.

Спасибо за внимание!