



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.).



ОСНОВНЫЕ ФАКТОРЫ МАКРОСРЕДЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ФИРМЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

- Социально-культурная среда. Люди живут в конкретном обществе, которое формирует их основные взгляды, ценности и нормы поведения, поэтому маркетинговые решения должны учитывать различные особенности культурной среды.



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!