

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