ПРАКТИЧНЕ ЗАВДАННЯ 2

Маркетингове середовище

Маркетингове середовище - сукупність суб'єктів, умов та сил, що діють за межами фірми і здатні вплинути на її маркетингову діяльність. Фактори зовнішнього середовища поділяють на дві групи: мікросередовище і макросередовище.

Мікросередовище становлять: споживачі, конкуренти, постачальники, посередники, контактні аудиторії.

Макросередовище - це фактори, які впливають на фірму та її мікросередовище і які вона НЕ може контролювати. Поняття ***макросередовища*** визначають п'ять груп факторів: економічні, соціально-культурні, політико-правові, технологічні, природно-географічні.

Внутрішнє середовище, на відміну від зовнішнього, є контрольованим фірмою. Його складові: місія; цілі фірми та засоби їх досягнення; організаційна структура і інформаційна система; кадрова і маркетингова політика.

Завдання:. Згідно викладеної ситуації вкажіть фактори маркетингового середовища, які здатні вплинути на діяльність підприємства.

Варіант 1

Молокозавод диверсифікує свою діяльність. Новим напрямком є виробництво соків та соковмісної продукції. З цією метою передбачається залучення інвестиційного капіталу. Продукція заводу користується популярністю на регіональному ринку, є стабільні канали збуту.

Варіант 2

Сільськогосподарський кооператив працює в умовах жорсткої конкуренції регіонального ринку. Спеціалізація кооперативу – рослинництво. Господарство знаходиться в зоні ризикованого землеробства. Споживачами продукції є комерційні підприємства та державні організації. Кооператив має підтримку від місцевих органів влади.

Варіант 3

Завод виробляє сільськогосподарське обладнання. Він має багаторічну історію, торгова марка підприємства відома далеко за межами його регіону. У підприємства налагоджені стабільні зв'язки з постачальниками і споживачами - організаціями. Незважаючи на мінімум конкурентів, збут продукції не досить інтенсивний через низьку купівельну спроможність кінцевих споживачів.

Варіант 4

Мережа автопарковок має на місцевому ринку чотирьох великих конкурентів. Клієнтам, крім основної послуги, пропонуються послуги з ремонту автотранспорту, продовольчі товари, товари першої необхідності. Заправні станції компанії розташовані, переважно, поза міською межею великих населених пунктів. Компанія має договори на обслуговування з двома автотранспортними підприємствами, що працюють в регіоні.

Розв'язок:

Фактори макросередовища	Фактори мікросередовища	Фактори внутрішнього середовища