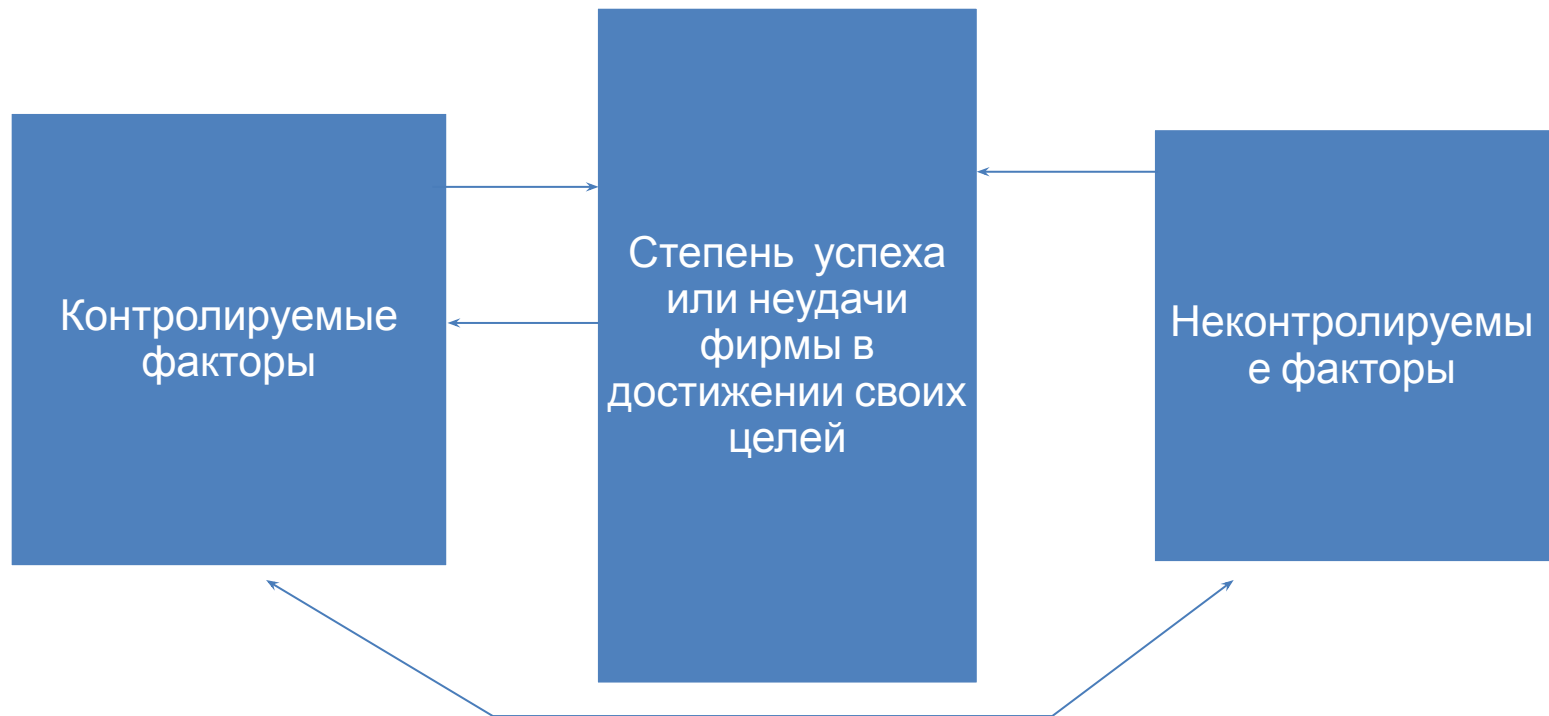
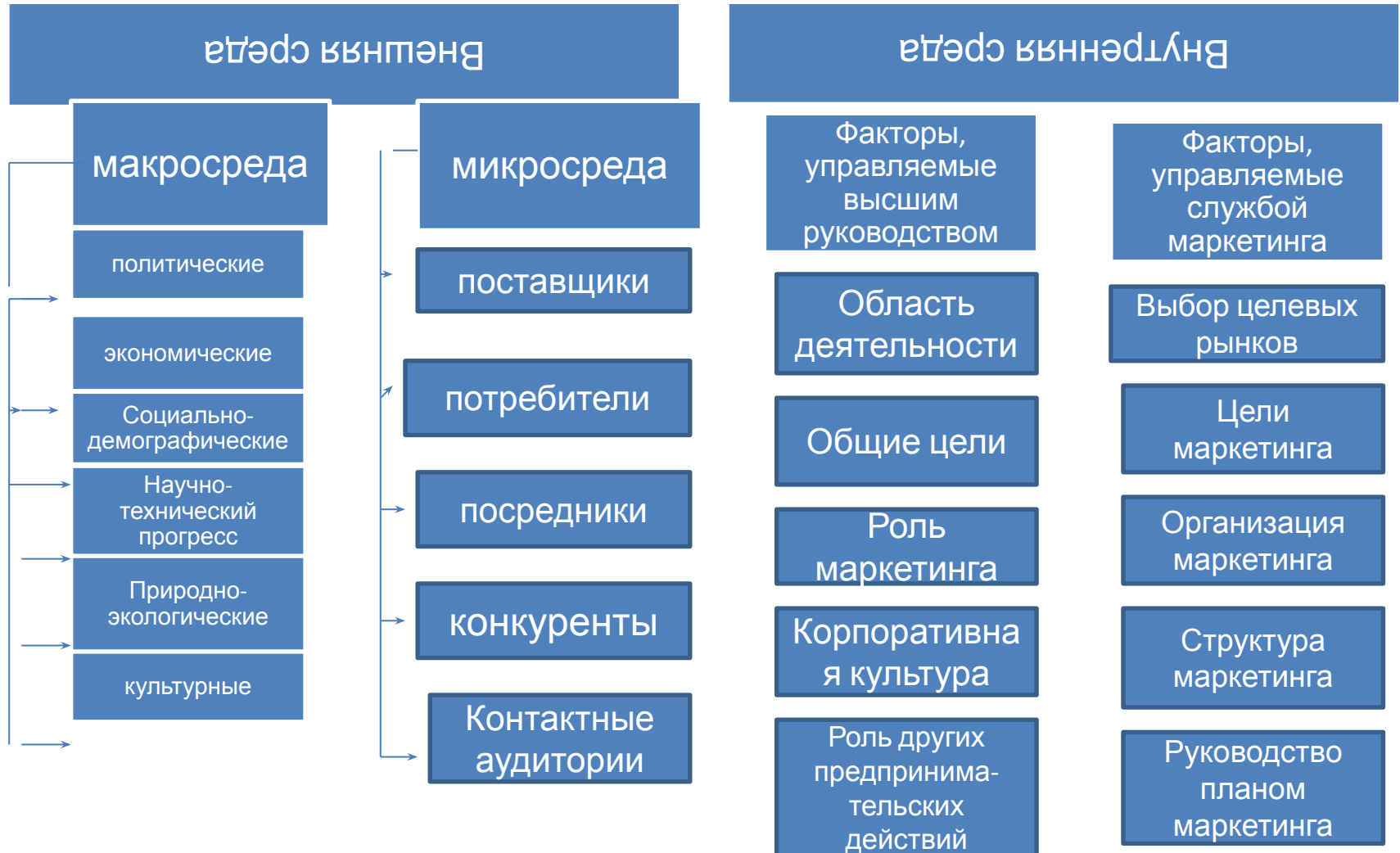


Среда маркетинга- это совокупность  
активных субъектов и сил,  
действующих за пределами фирмы и  
влияющих на возможности  
руководства службой маркетинга  
устанавливать и поддерживать с  
целевыми клиентами отношения  
успешного сотрудничества  
(Котлер)

# Факторы, влияющие на среду маркетинга (Дж.Эвансу и Б.Бершану)



# Факторы маркетинговой среды

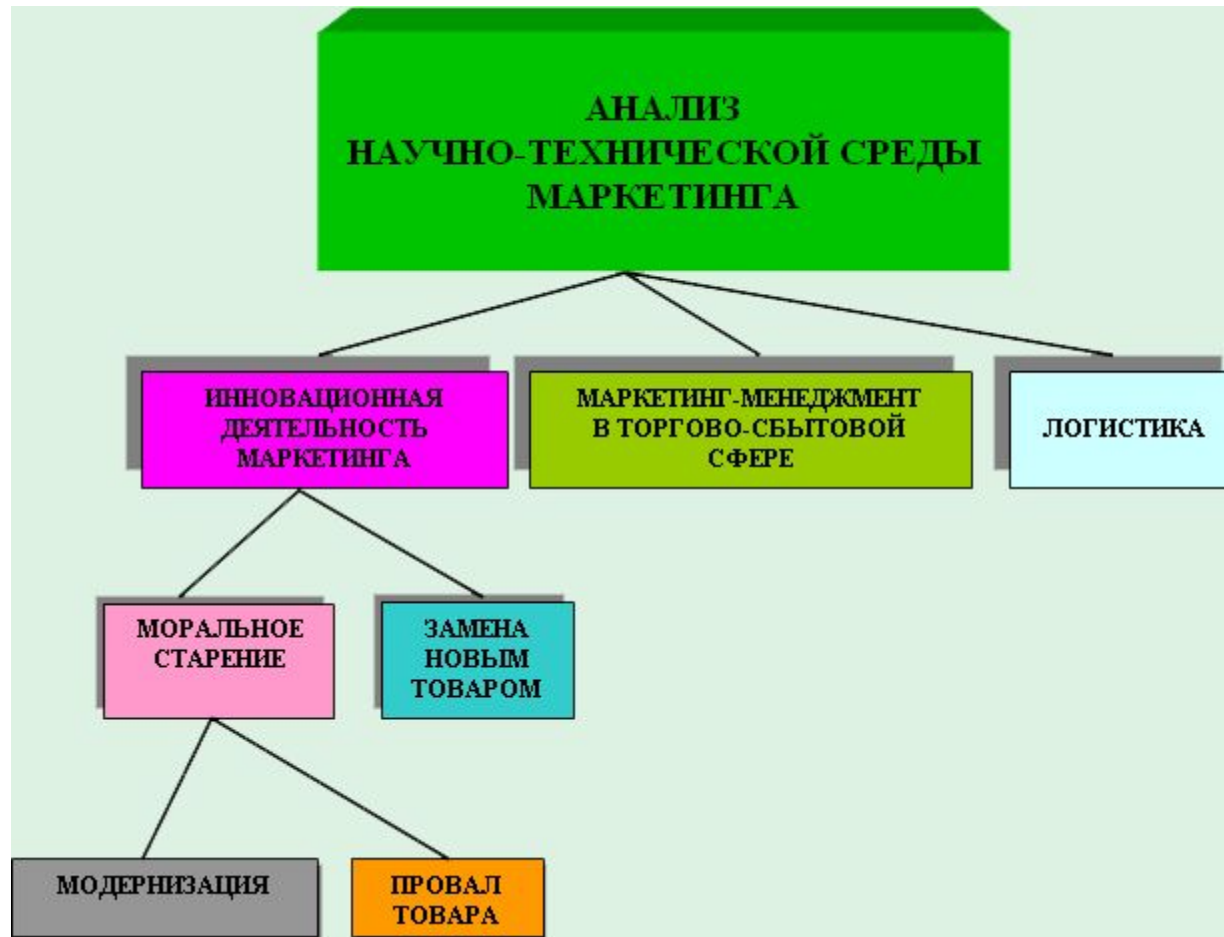


- Микросреда представлена силами, имеющими непосредственное отношение к самой фирме и ее возможностям по обслуживанию клиентуры
- Макросреда представлена силами более широкого социального плана, которые оказывают влияние на микросреду

(Котлер)

- Демографическая среда маркетинга- связанная с состоянием и развитием рынка товаров совокупность населения страны и ее регионов в распределении по половозрастному и посемейному составу

# Направления анализа НТС маркетинга



# Макросреда маркетинга







# Культурно-образовательная среда маркетинга



# Анализ информационно-рекламной среды



# Факторная модель предприятия



- 

## Прикладные вопросы исследования внешней среды

# Политическая среда

- Характеризуется ли политическая ситуация в стране (регионе) достаточной стабильностью?
- Станет ли она стабильной ко времени нашей коммерческой деятельности?
- Готовы ли мы пойти на риск несения убытков из-за нестабильности политической ситуации?
- Осуществляет ли страна (регион) протекционистские меры, делающие невозможным или ограничивающие ввоз нашего продукта?

# Экономическая среда

- Каков ожидаемый темп роста ВВП или промышленной продукции?
- Какова ожидаемая динамика цен?
- Какое изменение в экономике способно отрицательно повлиять на развитие рынка или спроса?
- Какие меры следует принять, если такое изменение произойдет?
- Будем ли мы испытывать трудности по использованию в стране (регионе) рынка прибыли из-за неконвертируемости валюты, выхода за пределы рублевой зоны, отсутствия наличности?
- Принципиальными ли являются трудности?
- Не может ли препятствовать покупке нашего товара недостаточный уровень благосостояния потенциального покупателя?
- Не отразится ли на величине прибыли высокий уровень инфляции в стране (регионе)?
- Существует ли со стороны государства контроль цен на наши товары? Как влияет контроль на эффективность деятельности предприятия?
- Целесообразно ли нам использовать трудовые, финансовые и другие ресурсы страны (региона) рынка?

# Правовая среда

- Какой закон или какие правила, способные повлиять на наш бизнес, могут быть приняты в ближайшем будущем?
- Какой закон или какие правила могут повлиять на объем продаж, сбыта, коммуникации?
- Какие финансовые или налоговые инструкции могут повлиять на рентабельность предприятия?
- Не противоречат ли законодательству наши продукты с точки зрения их безопасности и нанесения ущерба внешней среде и потребителю?
- Не запрещен ли таможенными законами ввоз нашего продукта?
- Обладает ли наш продукт достаточной патентной чистотой?
- Существует ли необходимость и возможность доработать наш продукт под стандарты и нормы страны?
- Соответствует ли упаковка по размеру и дизайну требованиям региона?
- Подвергается ли критике наша деятельность со стороны ассоциации потребителей?

# Социально-демографическая среда

- Какие социально-демографические изменения затрагивают наш бизнес?
- Какие изменения в позиции покупателей могут повлиять на бизнес?

## Культурная среда

- Какие особенности культурной среды следует учитывать при адаптации продуктов под запросы конкретных рынков?
- Какие особенности культурной среды учесть при ведении деловых переговоров?



# Научно-техническая среда

- Какие технологические достижения, влияющие на себестоимость продукции, могут появиться?
- Какое развитие технологии может повлиять на спрос на нашу продукцию или услуги?
- Какие сектора технологии могут представлять угрозу для нашей деятельности?
- По каким направлениям разработок технологический прорыв может затронуть наш бизнес?
- Какие меры следует принять с сегодняшнего дня, чтобы минимизировать влияние изменений?
- Какие технологические нововведения следует использовать при организации сбыта и продвижении продукта?

# Экологическая среда

- Какие процессы, применяемые нашими поставщиками, создают угрозу для окружающей среды?
- Как поступить, если наши поставщики будут вынуждены изменить свой производственный процесс?
- Какие используемые нами процессы и сырьевые материалы создают угрозу для здоровья или окружающей среды?
- Какие меры должны быть предприняты в случае необходимости их изменений?
- Может ли наша отрасль стать мишенью для экологических движений?

**Поставщики-** это деловые фирмы, отдельные лица, обеспечивающие компанию и ее конкурентов материальными ресурсами, необходимыми для производства конкретных товаров и услуг

**Посредники-** фирмы, помогающие компании в продвижении, сбыте и распространении ее товаров среди потребителей:

- торговые посредники
- фирмы-специалисты по организации товародвижения
- агентства по оказанию маркетинговых услуг
- кредитно-финансовые учреждения

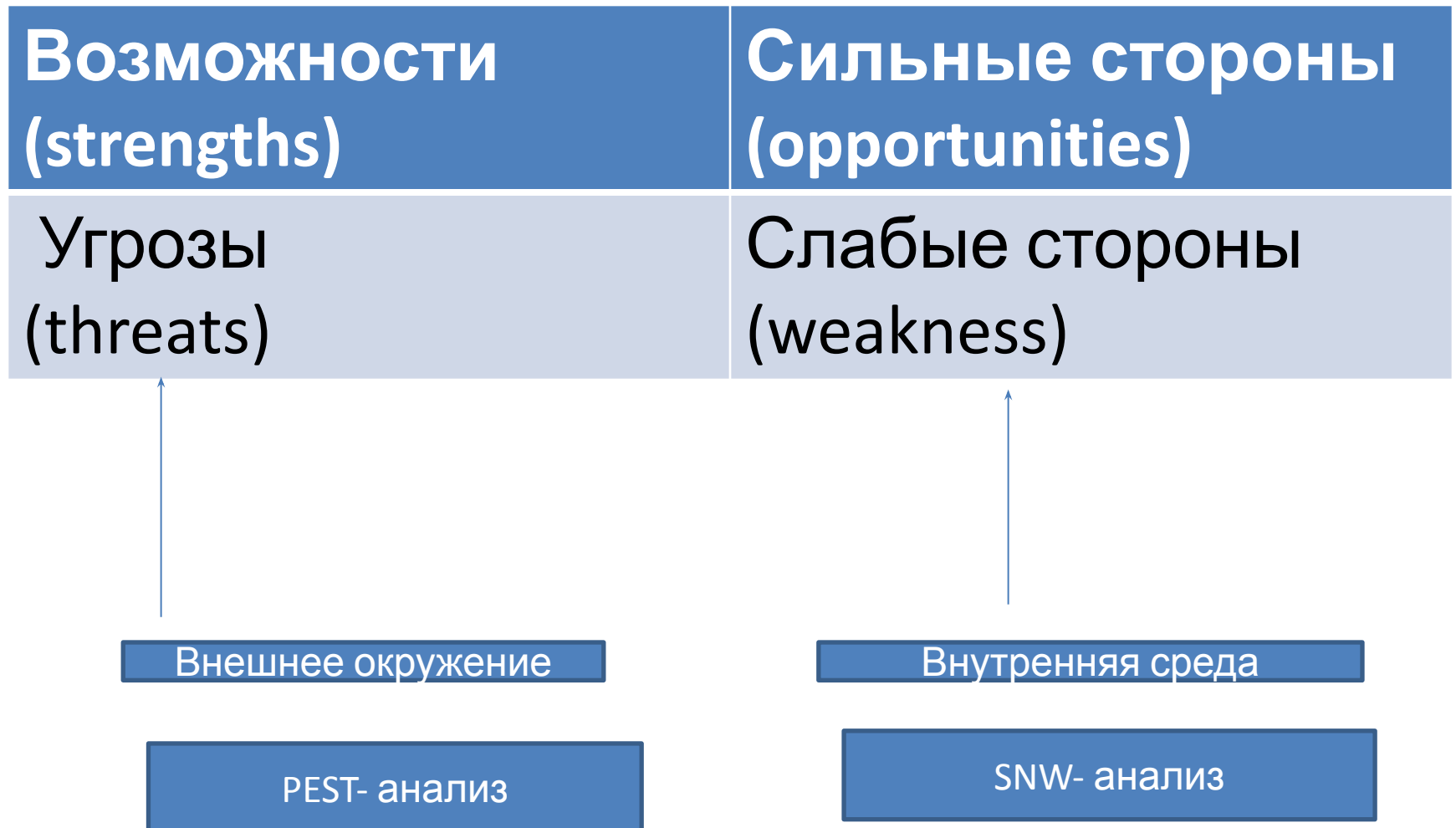
- **Потребители-**

- потребительский рынок
- рынок производителей
- рынок промежуточных продавцов
- рынок государственных учреждений
- международный рынок

**Конкуренты-**

- желания –конкуренты
- товарно-родовые конкуренты
- товарно-видовые конкуренты
- марки- конкуренты

# SWOT-анализ

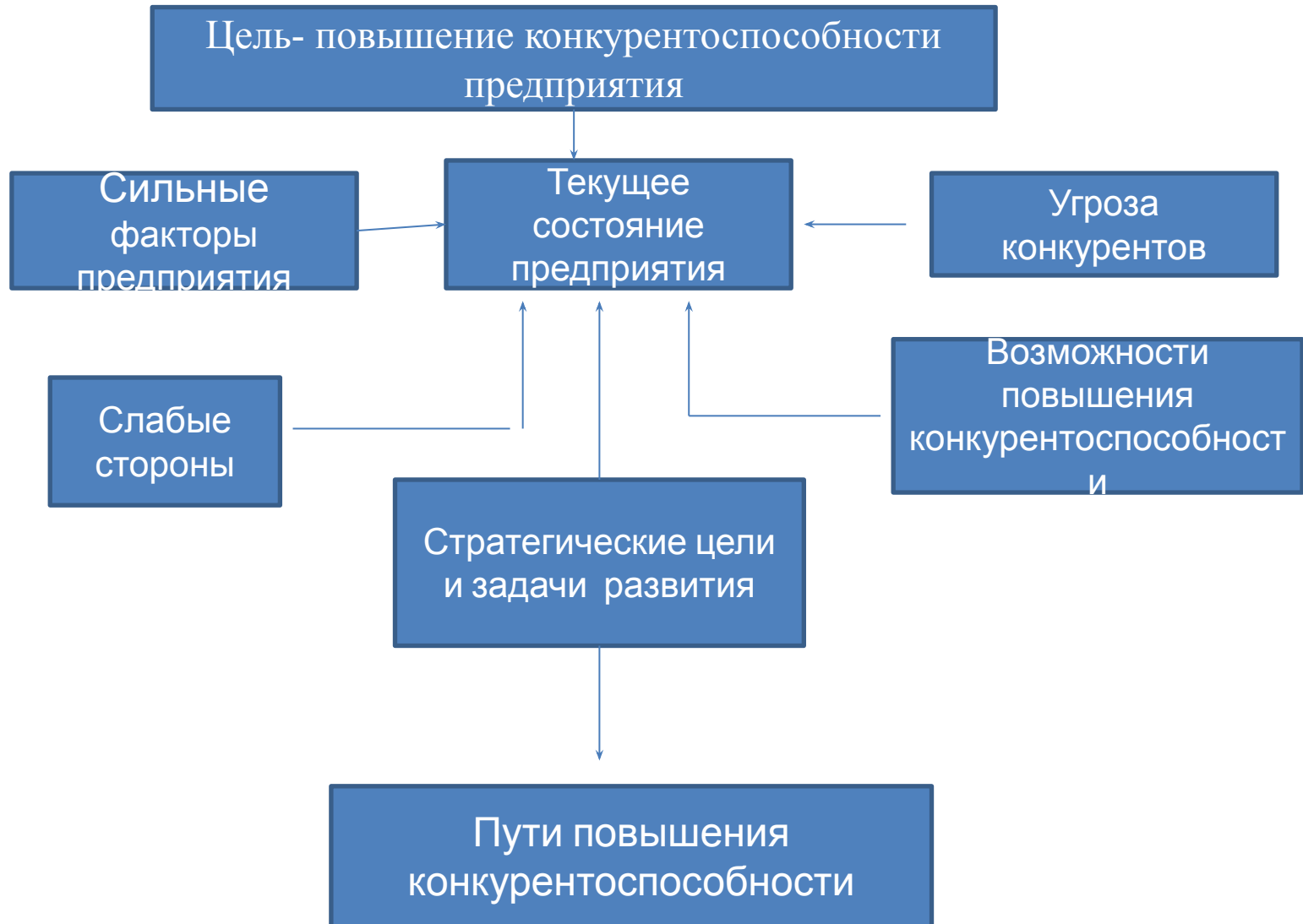


**SWOT-анализ**- анализ сильных и слабых сторон участников рыночных отношений, поиск новых возможностей улучшения их взаимодействия с деловой средой, предсказание угрозы их будущему.

**Идея SWOT-анализа** заключается в следующем

- А) принятие усилий для превращения слабостей в силу , а угроз в возможности
- Б) развитие сильных сторон предприятия в соответствии с ее ограниченными возможностями

# Общая схема SWOT-анализа



# PEST (STEP)- анализ

|                                             |                                             |
|---------------------------------------------|---------------------------------------------|
| <b>Политические факторы<br/>(political)</b> | <b>Экономические факторы<br/>(economic)</b> |
| <b>Социальные факторы<br/>(social)</b>      | <b>Технические факторы<br/>(technical)</b>  |



# PEST-анализ

| Политические факторы                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Влияние экономики                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Экологические проблемы</li> <li>- Текущее законодательство</li> <li>- Будущие изменения в законодательстве</li> <li>- Регулирующие органы и нормы</li> <li>- Правительственная политика, изменение</li> <li>- Торговая политика</li> <li>- Финансирование, гранты и инициативы</li> <li>- Лоббирование</li> </ul>                                                                                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Экономическая ситуация и тенденции</li> <li>- Инвестиционный климат в отрасли</li> <li>- Общие проблемы налогообложения</li> <li>- Рынок и торговые циклы</li> <li>- Специфика производства</li> <li>- Товаропроводящие цепи и дистрибуция</li> <li>- Потребности пользователя</li> <li>- Обменные курсы валют</li> <li>- Уровень инфляции в стране</li> </ul>                                                                                          |
| Социокультурные тенденции                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Технологические инновации                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Демография</li> <li>- Мнения и отношение потребителей</li> <li>- Представления СМИ</li> <li>- Изменения законодательства, затрагивающие социальные факторы</li> <li>- Бренд, репутация компании, имидж технологии</li> <li>- Модели поведения покупателей</li> <li>- Мода и образцы для подражания</li> <li>- Главные события и факторы влияния</li> <li>- Точки контакта покупателей</li> <li>- Реклама и связи с общественностью</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Развитие конкурентных технологий</li> <li>- Финансирование исследований</li> <li>- Связанные / зависимые технологии</li> <li>- Замещающие технологии/решения</li> <li>- Зрелость технологий</li> <li>- Информация и коммуникации</li> <li>- Потребители, покупающие технологии</li> <li>- Законодательство по технологиям</li> <li>- Потенциал инноваций</li> <li>- Доступ к технологиям,</li> <li>- Проблемы интеллектуальной собственности</li> </ul> |

|                                       | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 |
|---------------------------------------|------|------|------|------|
| 1. Социальные факторы:                |      |      |      |      |
| - уровень доходов населения           | ↑    | ↑    | ↑    | ↑    |
| - демографическая ситуация            | →    | →    | →    | →    |
| 2. Технологические факторы:           |      |      |      |      |
| - появление новых технологий          | ↓    | ↑    | ↑    | ↑    |
| - изменение энергозатрат              | ↑    | ↑    | ↑    | ↑    |
| 3. Экономические факторы:             |      |      |      |      |
| - стабильность рубля                  | →    | ↓    | ↓    | ↓    |
| - уровень налогообложения             | ↓    | →    | ↑    | ↑    |
| - цены на энергоносители              | ↓    | ↓    | ↓    | ↓    |
| 4. Политические факторы:              |      |      |      |      |
| - законодательство и нормативная база | →    | ↑    | →    | →    |

| Факторы макроокружения  | Состояние фактора                                 | Тенденция развития                   | Характеристика фактора ("+", "-")                                                                                                                     |
|-------------------------|---------------------------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Стабильность в обществе | Относительно стабильная                           | Наблюдается тенденция к стабилизации | "+" снижение вероятности социальных потрясений                                                                                                        |
| уровень инфляции        | В 2005 году – 12,5%<br>Прогноз на 2006 год – 8,5% |                                      | "+" при выплатах по долгосрочным займам возможность получения денежных средств, играя на разнице в курсах<br>"- "обесценивание накоплений предприятия |
|                         |                                                   |                                      |                                                                                                                                                       |
|                         |                                                   |                                      |                                                                                                                                                       |
|                         |                                                   |                                      |                                                                                                                                                       |
|                         |                                                   |                                      |                                                                                                                                                       |

# Влияние факторов макроокружения (Профиль макроокружения)

| Фактор макроокружения        | Важность для отрасли | Важность для предприятия | Направлен-ность влияния | Степень важности |
|------------------------------|----------------------|--------------------------|-------------------------|------------------|
| Инфляция                     |                      |                          |                         |                  |
| Уровень средней месячной з/п |                      |                          |                         |                  |
|                              |                      |                          |                         |                  |
|                              |                      |                          |                         |                  |

## Возможности (возможные варианты)

- Расширение рынка сбыта
- Возможность использования навыков и технологических новшеств при выпуске новой продукции
- Ослабление позиций конкурентов
- Получение госзаказа
- Возможности увеличения доли рынка
- Возможности развития дилерской сети
- Возможности расширения ассортимента продукции
- Увеличение платежеспособного спроса потребителей
- Возможность снижения стоимости на определенные виды товаров
- Быстрый рост рынка
- Возможности для расширения сервисного обслуживания

## Угрозы (возможные варианты)

- Медленный рост рынка
- Неблагоприятное изменение налогового законодательства
- Растущая требовательность покупателей и поставщиков
- Рост цен на сырье и материалов
- Жесткая конкуренция
- Увеличение зарубежных конкурентов на российском рынке
- Зависимость уровня продаж от сезонности
- Большое влияние географических факторов на производство и сбыт
- Рост инфляции
- Выход на рынок конкурентов с низкими издержками
- Снижение спроса
- Общеэкономическая и политическая нестабильность
- Неплатежеспособность потребителя
- Высокий процент за кредит
- Вступление в ВТО

## Результаты SNW- анализа

| Фактор                                       | S | N | W |
|----------------------------------------------|---|---|---|
| 1. Качество транспортных услуг               | + |   |   |
| 2. Соблюдение сроков поставки                |   |   | + |
| 3.Применение новых форм обслуживания         |   |   | + |
| 4.Финансовая стабильность перевозчика        | + |   |   |
| 5. Тарифы (цены) на перевозку                |   | + |   |
| 6. Скидки постоянным клиентам                | + |   |   |
| 7. Сохранность груза                         |   | + |   |
| 8. Согласование сроков доставки с заказчиком |   | + |   |
| 9. Квалификация персонала                    |   |   | + |

# Сильные стороны

- Благоприятный имидж
- Способность противостоять конкурентному давлению
- Современные технологии
- Наличие резерва мощностей
- Широкий ассортимент продукции
- Высокое качество продукции
- Опыт в разработке новых моделей
- Внедрение системы качества
- Наличие сертификата качества
- Наличие высококвалифицированных специалистов
- Наличие дилерской сети
- Большой опыт работы на рынке
- Гибкое производство, ориентированное на потребителя
- Участие в выставках
- Адекватные финансовые ресурсы



# Слабые стороны

- Отсутствие четких целей и стратегий в развитии предприятия
- Устаревшее оборудование
- Слабая мотивация работников
- Высокий уровень текучести кадров
- Сложность доступа информации о рынке
- Недостаточно эффективные каналы продвижения товаров
- Неудовлетворительная организация маркетинга
- Низкая рентабельность производства
- Сложность организационной структуры
- Высокие цены на продукцию
- Отсутствие инвестиционных возможностей
- Отсутствие кодекса корпоративного поведения
- Низкий уровень автоматизации
- Слабый уровень менеджмента
- Неблагоприятная репутация
- Отсутствие рекламы, сайта

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Strengths</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Предоставление льгот</li> <li>2) Позиции на рынке образовательных услуг ( высокое качество образования)</li> <li>3) Высокий уровень квалификации ППС.</li> <li>4) Предоставление материальной поддержки студентов.</li> <li>5) Большое количество специальностей</li> </ol> | <b>Weaknesses</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Стоимость обучения</li> <li>2. Слабая рекламная компания</li> <li>3. Шестидневная рабочая неделя</li> <li>4. Отсутствие распределения на практику (предоставление рабочих мест)</li> <li>5. Недостаточное количество бюджетных мест .</li> <li>6. Недостаточно развитая рейтинговая система</li> </ol> |
| <b>Opportunities</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Возможность создания при ВУЗе «ООО»</li> <li>2) Возможность получения кредитов на обучение.</li> <li>3) Государственное финансирование расходов учреждений, обеспечивающих образовательные услуги.</li> <li>4) Введение в образование двухуровневой системы.</li> </ol> | <b>SO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>□ Разработка программы по предоставлению льгот для мало обеспеченных студентов.</li> <li>□ Создание ООО для инновационной деятельности ВУЗа.</li> </ul>                                                                                                                               | <b>WO</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>□ создание систем льгот/скидок студентам, оплачивающим обучение в кредит</li> <li>□ контроль расходов на хозяйственную деятельность для уменьшения стоимости обучения</li> <li>□ усовершенствование рейтинговой системы для стимулирования учебной деятельности</li> </ul>                                        |
| <b>Threats</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Уровень инфляции</li> <li>2) Уровень безработицы</li> <li>3) Развитие международного сотрудничества с ВУЗами</li> <li>4) Государственная поддержка выпускников гос. ВУЗов по трудоустройству.</li> <li>5) Качественное отечественное оборудование.</li> </ol>                 | <b>ST</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>□ Постоянный мониторинг законодательства в отрасли образовательных услуг.</li> <li>□ Стажировка ППС за границей и на передовых предприятиях.</li> <li>□ Курсы повышения квалификации для ППС.</li> <li>□ Создание системы мотивирования ППС</li> </ul>                                | <b>WT</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>□ Разработка программ содействия ВУЗа с предприятиями региона.</li> <li>□ Заключать договоры на подготовку специалистов за счет средств предприятия.</li> <li>□ Систематический анализ рынка образовательных услуг – отслеживание конкурентов.</li> </ul>                                                         |

# Матрица возможностей

|                                                   | Сильное влияние<br>возможностей на<br>предприятие                                                                                                                                                                                                                                                              | Умеренное влияние<br>возможностей на<br>предприятие | Малое<br>влияние возможностей<br>на предприятие |
|---------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|-------------------------------------------------|
| Высокая вероятность<br>реализации возможностей    | Расширение рынков сбыта<br>Интеграция                                                                                                                                                                                                                                                                          | Развитие дилерской сети                             |                                                 |
| Средняя<br>вероятность реализации<br>возможностей | <ul style="list-style-type: none"> <li>•Возможность использования навыков и технологических новшеств</li> <li>•Ослабление позиций конкурентов</li> <li>•Получение госзаказа</li> <li>•Возможность расширения ассортимента</li> <li>•Быстрый рост рынка</li> <li>•Расширение сервисного обслуживания</li> </ul> | Перебои в централизованной подаче электроэнергии    |                                                 |
| Низкая<br>вероятность реализации<br>возможностей  | Возможность снижения стоимости на определенные виды товара для увеличения спроса на продукцию                                                                                                                                                                                                                  |                                                     |                                                 |

|                              | Влияние угроз на предприятие     |                             |                                                                                                                                  |                                                         |
|------------------------------|----------------------------------|-----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
|                              | Разрушение                       | Критическое состояние       | Тяжелое состояние                                                                                                                | «Легкие ушибы»                                          |
| Вероятность реализации угроз |                                  | Усиление уровня конкуренции | Жесткая конкуренция<br>Зависимость уровня продаж от сезонности<br>Большое влияние географических факторов                        | Растущая требовательность покупателей и поставщиков     |
|                              | Неплатежеспособность потребителя | Снижение спроса             | Неблагоприятное изменение налогового законодательства<br>Рост цен на сырье<br>Сокращение госзаказов<br>Высокий процент за кредит | Рост инфляции                                           |
|                              |                                  |                             | Медленный рост рынка                                                                                                             | Общественно-экономическая и политическая нестабильность |

# Карта слабостей и преимуществ фирмы

| Характеристики корпоративного профиля | Слабость фирмы | Преимущества фирмы |
|---------------------------------------|----------------|--------------------|
| Характеристика 1                      |                |                    |
|                                       |                |                    |
| Характеристика N                      |                |                    |

# Прогноз развития внешней среды

| Время появления ситуации | Оценка вероятности появления ситуации |            |                 |
|--------------------------|---------------------------------------|------------|-----------------|
|                          | маловероятно                          | возможно   | Весьма вероятно |
| В краткосрочном периоде  | Ситуация 1<br>Ситуация 2              |            |                 |
| В среднесрочном периоде  | Ситуация 3                            | Ситуация 4 |                 |
| В долгосрочном периоде   |                                       |            | Ситуация 5      |

# Анализ влияния внешней среды на фирму

| Характер<br>возможного<br>влияния<br>ситуации на<br>фирму | Оценка вероятности влияния ситуации на фирму |          |                 |
|-----------------------------------------------------------|----------------------------------------------|----------|-----------------|
|                                                           | маловероятно                                 | возможно | Весьма вероятно |
| Негативное<br>влияние                                     |                                              |          |                 |
| Позитивное<br>влияние                                     |                                              |          |                 |

# Анализ рыночных возможностей фирмы

| Степень благоприятности ситуации | Оценка степени влияния ситуации на фирму |         |         |
|----------------------------------|------------------------------------------|---------|---------|
|                                  | низкая                                   | средняя | высокая |
| Низкая                           |                                          |         |         |
| Средняя                          |                                          |         |         |
| Высокая                          |                                          |         |         |



# Анализ рыночных угроз для фирмы

| Степень неблагоприятности ситуации | Оценка степени влияния ситуации на фирму |         |         |
|------------------------------------|------------------------------------------|---------|---------|
|                                    | низкая                                   | средняя | высокая |
| Низкая                             |                                          |         |         |
| Средняя                            |                                          |         |         |
| Высокая                            |                                          |         |         |