

МАРКЕТИНГОВЕ ЗОВНІШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Магістр Середовська Ю.М.
Наук. керівник проф. Мельникович О.М.
Київський національний торговельно-економічний університет

Зовнішнє середовище маркетингу включає комплекс умов організації бізнесу та маркетингової діяльності галузі в конкретному ринковому просторі. Аналіз зовнішньої середовища маркетингу є важливим не тільки в процесі пошуку найбільш вигідних та оптимальних для бізнесу сегментів ринку, але і при розробці оперативних і стратегічних планів діяльності фірми на вже освоєних ринках.

Схематично найбільш значущі фактори зовнішнього середовища, що впливають на діяльність підприємств, можна представити у наступному вигляді (рис):

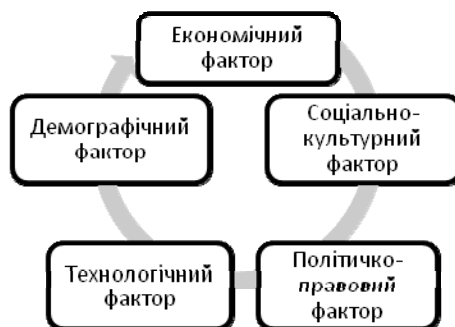


Рис. Фактори маркетингового зовнішнього середовища

Створення умов для забезпечення - зростання добробуту населення є пріоритетним напрямком економічної і соціальної політики нашої держави. Однією з галузей національної економіки, що покликана задовольнити потреби кожного громадянина товарами широкого вжитку та сприяти поліпшенню якості життя, є легка промисловість.

Люди живуть в конкретному суспільстві, яке формує їх основні погляди, цінності та норми поведінки. Майже не усвідомлюючи того, людина сприймає світогляд, який визначає його ставлення до самого себе і взаємовідносини з іншими. Зменшення чисельності населення супроводжується зменшенням людських потреб, які компанії задовольняють. Це супроводжується зменшенням ринків.

Крім самих людей, для ринків важлива ще й їхня купівельна спроможність, рівень якої залежить від рівня поточних доходів, цін, заощаджень, від доступності кредиту. На купівельній спроможності позначаються економічна криза в країні, високий рівень безробіття, висока вартість кредитів. Різкі зміни курсу національної валюти і обмінних курсів іноземних валют ускладнюють і викликають матеріальні втрати як при експорті товарів за кордон, так і при роботі з місцевими клієнтами.

Стабільність політичної обстановки в країні - один з основних факторів, який визначає перспективи договору про довгострокове міжнародне співробітництво. Наприклад, швейна фабрика «Воронін» співпрацює з іноземними країнами вже давно, і для цього вже вироблений ряд схем, що задовольняє і обидві сторони двосторонніх відносин, і існуюче законодавство.

Одним із факторів, що нерозривно пов'язаний з кількістю виготовленої продукції та виконаних робіт за певний період часу є технічний рівень підприємств легкої промисловості. Будь-яка нова техніка з'являється на місці старої, від якої її відрізняє можливість скорочення витрат людської праці для задоволення потреб. Сучасні технології, крім того, забезпечують і зниження витрат матеріалів та енергії, а також капіталу. Вплив перелічених факторів маркетингового зовнішнього середовища на діяльність українських підприємств легкої промисловості постійно змінюється та має специфічний характер для галузі в цілому.