

MARKETINŠKO OKRUŽENJE

- **MARKETINŠKI OKRUŽENJE** čine različite sile i subjekti koji utječu na poslovanje tvrtke
- sastoji se od mikro i makro okruženja
 - **MIKROOKRUŽENJE** čine čimbenici na koje tvrtka **može utjecati** i na koje **utječe**, dok na sile **MAKROOKRUŽENJA ne može utjecati** već **im se prilagođava**
- **MIKROOKRUŽENJE** čine:
 - sama tvrtka
 - dobavljači
 - marketinški posrednici
 - kupci
 - konkurenti
 - javnost
- **MAKROOKRUŽENJE** čine:
 - demografsko okruženje
 - gospodarsko okruženje
 - prirodno okruženje
 - tehnološko okruženje
 - političko okruženje
 - kulturno okruženje

MARKETINŠKO MIKROOKRUŽENJE

- **TVRTKA** – tvrtku kao element mikrookruženja čine njeni sastavni dijelovi
- **DOBAVLJAČI** – organizacije i pojedinci koji opskrbljuju tvrtku svojim proizvodima i uslugama
- **MARKETINŠKI POSREDNICI**
 - razni poslovni subjekti koji pomažu tvrtki u prodaji, distribuciji i promociji tj. komunikaciji s kupcima
 - to su preprodavači, tvrtke za fizičku distribuciju, marketinške agencije i financijski posrednici
- **KUPCI** (6 tipova kupaca / tržišta)
 - tržište krajnje potrošnje, poslovne potrošnje, tržište preprodavača, institucijska, vladina i međunarodna tržišta
- **KONKURENTI**
- **JAVNOST** – mediji, vlada, udruge građana, nevladine organizacije...

MARKETINŠKO MAKROOKRUŽENJE

- sile makrookruženja poduzeću otvaraju mogućnosti, ali mogu stvoriti i ograničenja u poslovanju
- **DEMOGRAFSKO OKRUŽENJE** – utjecaj demografskih faktora
 - *promjena dobne strukture, promjene u tipovima obitelji (manje djece, samci, samohrani roditelji), promjene u obrazovanosti stanovništva, promjene tokova migracija, brzi rast populacije*
- **GOSPODARSKO OKRUŽENJE**
 - uključuje čimbenike koji utječu na kupovnu moć potrošača i njihov način potrošnje (vrijednost za novac)
- **PRIRODNO OKRUŽENJE**
 - ekološki standardi koji utječu na proizvodnju i poslovanje poduzeća
- **TEHNOLOŠKO OKRUŽENJE**
 - brze tehnološke promjene i Internet kao novi distribucijski kanal
- **POLITIČKO OKRUŽENJE**
 - razni zakoni i djelovanja interesnih skupina – porezi, politička situacija u zemlji i susjedstvo
- **KULTURNO OKRUŽENJE**
 - institucije i druge sile koje utječu na vrijednosti, doživljaje i stavove u društvu

INTERNETSKO OKRUŽENJE

- sile internetskog okruženja
 1. digitalizacija i povezanost
 2. naglo širenje interneta
 3. nove vrste posrednika
 4. prilagođavanje klijentima i njihovim željama
- **DIGITALIZACIJA** – pretvaranje svih podataka u digitalni oblik
- **POVEZANOST** – mogućnost prijenosa podataka s jednog na više mjesta
 - **intranet** (povezanost unutar 1 tvrtke), **ekstranet** (među 2 ili više tvrtki) i **internet** (globalna mreža)
- internet postaje novi informativni, komunikacijski i prodajni kanal (3,5 mlrd korisnika)
- **NOVE VRSTE POSREDNIKA** – virtualne i fizičko-virtualne tvrtke
 - proizvode distribuiraju putem interneta i tradicionalnih distribucijskih kanala
- **PRILAGOĐAVANJE KLIJENTIMA** – klijentima se prepušta osmišljavanje ponude
 - od pasivnih potrošača postaju proaktivni potrošači (npr. organizacija putovanja)
- **E-POSLOVANJE** – korištenje elektroničkih platformi intraneta, ekstraneta i interneta u vođenju poslovanja tvrtke
- **E-TRGOVINA** – proces kupovanja i prodaje u kojemu su internet i moderne tehnologije neizostavni

- **E-MARKETING** – proces provedbe marketinških aktivnosti uz intenzivnu primjenu informacijskih i komunikacijskih tehnologija
 - proizvod postaje prilagođen i individualiziran, a cijena dinamična, transparentna i fleksibilna (*primjer u udžbeniku str. 38*)
- **IZVORI PRIHODA E-TRGOVINE:**
 - prihodi od **prodaje** proizvoda i usluga – *Amazon*
 - prihodi od **oglašavanja** – *Njuškalo*
 - prihodi od **sponzorstva** – *aviokarte.hr*
 - prihodi od **članarina i pretplata** – *bilo koji časopis ili novine*
 - prihodi od **izrade profila** – *linkedin*
 - provizije i **naknade za transakcije** – *PayPal*
 - naknade za **istraživanje tržišta i informacije** – *facebook i google*
 - prihodi od **upućivanja** – *Airbnb, booking.com*