

УДК 339.138

## ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ МАКРОСРЕДЫ НА МАРКЕТИНГОВУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИИ СООО «КОНТЕ СПА»

Ю.Д. ЛЕВЧЕНКО

(Представлено: канд. ист. наук, доц. О.Г. КОРДЮКЕВИЧ)

*В статье представлены результаты исследования основ и сущности факторов внешней среды, непосредственно влияющих на деятельность организации. Проведено изучение влияния факторов макросреды на маркетинговую деятельность организации СООО «Конте Спа», а также определена важность анализа внешней среды для успешного функционирования предприятия.*

**Введение.** Постоянно меняющиеся условия экономики, глобализация рынка, рост конкуренции, информационные технологии и другие факторы ставят перед организациями и предприятиями Республики Беларусь задачи по решению проблемы их стратегического развития. Поэтому для определения своего положения на рынке и успешного функционирования предприятиям необходимо проводить систематическое исследование маркетинговой среды и оперативно отслеживать ее изменения.

Маркетинговая среда предприятия – это совокупность субъектов и сил, действующих за пределами предприятия и влияющих на возможности руководства службой маркетинга устанавливать и поддерживать с целевыми клиентами отношения успешного сотрудничества [1]. Рассмотрение среды, в которой осуществляется деятельность предприятия, идет по двум направлениям:

1) исследование внутренней (микро) среды. Внутренняя среда маркетинга представляет собой саму организацию и включает в себя силы, имеющие непосредственное отношение к самой организации и ее возможностям по обслуживанию клиентуры. Общепринято считать, что к силам, действующим в микро-среде предприятия, следует отнести само предприятие, поставщиков, конкурентов, посредников, клиентуру и в целом все контактные аудитории организации.

2) исследование внешней (макро) среды. Внешняя среда предприятия включает в себя все элементы микросреды, естественно, кроме самой организации, поскольку это внутренняя среда, а также факторы, действующие в макросреде. Макросреда представлена силами более широкого социального плана, которые оказывают влияние на микросреду [1].

**Основная часть.** В качестве объекта исследования была выбрана компания СООО «Конте Спа». В настоящее время организация СООО «Конте Спа» является лидером в производстве одежды, белья и чулочно-носочных изделий в Восточной Европе. Предметом и основным видом деятельности компании является продажа одежды [2]. СООО «Конте Спа» применяет многоканальный подход сбытовой сети, реализуя свою продукцию как с помощью офлайн- и онлайн- оптовых продаж, так и в фирменную розницу.

Для исследования маркетинговой среды организации СООО «Конте Спа» необходимо рассмотреть ее макроокружение, которое представляет собой факторы внешней среды, являющиеся неподконтрольными для предприятия. К ним относятся демографические, экономические, природные, научно-технические, политико-правовые и социально-культурные факторы. Для изучения и анализа факторов внешней маркетинговой макросреды проведем STEP + EL – анализ (STEP + EL – первые буквы названий групп факторов: S – social, T – technological, E – economic, P – political, + E – environmental / Ecological, L – legal) (рисунок 1).



Рисунок 1. – STEPEL-анализ факторов внешней среды предприятия

Источник: [3].

Изучение демографических факторов занимает важное место при анализе рыночных возможностей. Маркетинг должен рассматривать вопросы рождаемости, возрастной структуры населения. Это обусловлено тем, что производитель, ориентирующийся на потребителя, должен знать, сколько, для кого и каких товаров производить. В Республике Беларусь численность населения на 1 января 2022 года составила 9255,5 млн человек, из них 4977,036 млн женщин и 4278,48 млн мужчин [4]. Именно поэтому ассортимент организации СООО «Конте Спа» направлен на потребителей женского пола. Так как в Беларуси городское население составляет 7232,09 млн человек, а сельское – 2023,4 млн человек [4], то это обуславливает расположение фирменных магазинов во всех областных центрах и развитых городах с наибольшей численностью населения. Стоит также отметить, с каждым годом население в Беларуси сокращается, что приводит к уменьшению реального и потенциального спроса.

Проанализировав половозрастную пирамиду населения Республики Беларусь по данным переписи населения 2019 года [5, с. 11], можно заметить, что в Беларуси преобладает население женского и мужского полов в возрасте от 25 до 64 лет. Именно поэтому целевыми группами компании СООО «Конте Спа» являются женщины и мужчины разных возрастов.

Информация о числе родившихся и умерших по состоянию на январь-март 2020 года в Республике Беларусь [6, с. 5], позволяет сделать вывод, что снижение рождаемости и повышение смертности также влияет на деятельность исследуемой компании. За счет естественных процессов происходит старение населения. Это значит, что приток молодых покупателей, которые являются потенциальными клиентами СООО «Конте Спа», уменьшается. Также спрос на детский ассортимент постоянно снижается.

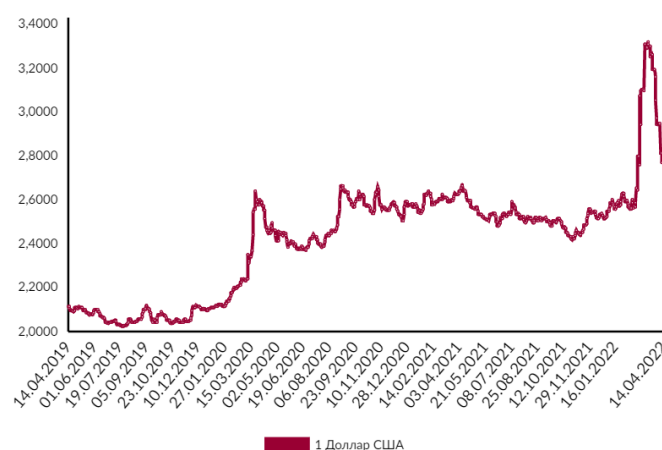
Таким образом, демографические изменения напрямую влияют на деятельность компании СООО «Конте Спа», а именно на ассортимент товаров и сам товарооборот.

Исследование экономических факторов не менее важно, чем демографических. К факторам, оказывающим наибольшее воздействие на деятельность СООО «Конте Спа», следует отнести такие экономические факторы, как падение покупательской способности, рост инфляции, изменение курса иностранной валюты (USD).

Проанализировав структуру денежных расходов домашних хозяйств, видно, что, по сравнению с 2017 годом, в 2020 г. люди стали меньше тратить денежных средств на потребительские товары. Если в 2017 году потребительские расходы составили 77,1%, то в 2020 году – 73,9% [5, с. 21]. Население стало больше вкладывать свои денежные средства и сберегать их.

Рассмотрев более подробно структуру потребительских расходов домашних хозяйств, можно заметить значительное сокращение расходов на одежду и обувь (в 2017 г. – 7,9%, в 2020 г. – 6,5%). Существенное увеличение расходов приходится на жилье, коммунальные услуги, здравоохранение, связь и др. [5, с. 21].

Увеличение курса иностранной валюты (доллара США) отрицательно сказывается на деятельности СООО «Конте Спа» (рисунок 2) [7]. Так как предприятие закупает сырье за границей, то есть в долларах США, то оно тратит больше белорусских рублей на его закупку. Издержки от колебания курса доллара добавляются к стоимости товара. Это не может не сказаться на потребительском спросе.



**Рисунок 2. – Увеличение курса доллара США с 14.04.2019 до 14.04.2022 гг.**

Источник: [7].

Уменьшение доходов населения также отрицательно сказывается на деятельности СООО «Конте Спа», так как покупательская способность населения заметно падает. Именно поэтому необходимо реализовывать товары различных ценовых категорий и создавать гибкую ценовую политику, которая позволила бы поддерживать уровень цен на определенном уровне.

Следующим фактором, оказывающим влияние на деятельность предприятия СООО «Конте Спа» является инфляция, которая выражается в повышении цен, как на готовый продукт, так и на его производство [8].

Анализ факторов природного характера связан с изучением вопросов рационального использования природных ресурсов и необходимости охраны окружающей среды. За экологические правонарушения (большое количество вредных выбросов, неправильная утилизация мусора, отходов и т.п.) на предприятия накладывается ответственность в виде штрафов и санкций. Организация СООО «Конте Спа» эффективно использует природное сырье и ресурсы, и даже сама старается помочь окружающей среде. Так, «Конте Спа» ориентируется на экологичное производство и использование натуральных материалов (хлопок, бамбук, хемпа). Примером такого подхода является создание эко-коллекции джинсов – «eco-friendly Denim» [9, с. 281]. При изготовлении этих джинсов применяются технологии, позволяющие использовать меньше химикатов, воды (до 70%) и электроэнергии, чем при производстве традиционного денима.

Научно-технические факторы макросреды рынка розничной торговли все более широко применяются в современной сфере обращения, это стимулирует постоянное увеличение товарооборота, значительно способствует улучшению культуры торговли, создает условия для повышения автоматизации, механизации и технологизации торговых процессов, эффективного использования складских, торговых помещений и площадей, транспортных и погрузочно-разгрузочных средств. Использование специальных волокон в производстве джинсов можно назвать также инновацией в научно-технической среде, так как волокна LYCRA – T400 гарантируют улучшенную цветоустойчивость и мгновенное восстановление формы джинсов после многочисленных стирок [10]. Также используется технология обработки срезов нижнего белья «free cut», которая позволяет сделать белье незаметным под облегающей одеждой [11]. Среди инноваций также важно отметить серию колготок Conte Sensitive с витамином Е, предназначенную для особо чувствительной кожи [12]. Кроме организации СООО «Конте Спа» в Беларуси никто не применял эти технологии.

Для компании характерна тенденция создания «умных» вещей. Компания активно работает над концепцией интеллектуальной одежды, которая, помимо прямого назначения, могла бы удовлетворить дополнительные потребности потребителя. Например, создание линейки тату-колготок [9, с. 281].

На компанию влияет и процесс компьютеризации и развития интернет-технологий. С помощью сети Интернет «Конте Спа» может более эффективно рекламировать свою продукцию, развивать коммуникации с поставщиками и клиентами. В качестве интернет-технологий выступают интернет-магазин организации, аккаунты в социальных сетях и др.

Политико-правовая среда устанавливает рамки предпринимательской деятельности. Исследование политико-правовых факторов макросреды должно проводиться в первую очередь, т.к. анализ законов и других нормативных актов, устанавливающих правовые нормы и рамки отношений, дает предприятию возможности определить для себя допустимые границы действий и методы отстаивания своих интересов. При работе с покупателями СООО «Конте Спа» руководствуется следующей правовой информацией:

- Постановлением Совета Министров Республики Беларусь 15 января 2009 г. № 31 «Об утверждении Правил осуществления розничной торговли по образцам» [13];
- Законом Республики Беларусь 28 июля 2003 г. № 231-3 «О торговле» [14];
- Перечнем непродовольственных товаров надлежащего качества, не подлежащих обмену и возврату (Постановление Совета Министров Республики Беларусь 14 июня 2002 г. № 778 «О мерах по реализации Закона Республики Беларусь «О защите прав потребителей», в действующей редакции) [15];
- Законом Республики Беларусь от 9 января 2002 г. № 90-3 (ред. от 04.01.2014) «О защите прав потребителей» [16].

На деятельность компании СООО «Конте Спа» влияют более специализированные законы, такие как законы о дискриминации, об авторском праве и патентах, а также о рекламе, о ценообразовании и др. Ни один из законов за 20 лет своей деятельности компания не нарушила. Также любое предприятие работает в соответствии с Налоговым кодексом РБ. Изменения в налоговой политике государства отражаются на хозяйственной деятельности предприятия. При трудоустройстве организация «Конте Спа» руководствуется Трудовым кодексом РБ, который регламентирует защиту интересов и прав работников и работодателей. Предприятие соблюдает действующее налоговое законодательство и не уклоняется от уплаты налогов. Эти законы и кодексы являются ограничительными факторами, которые определяют допустимые границы деятельности любого предприятия.

Маркетинг предприятия находится также и под воздействием социально-культурных факторов. К ним относятся образ жизни и привычки потребления, отношение к натуральным и экологически-чистым продуктам, культурные ценности населения. Так как ядром целевой аудитории «Конте Спа» являются женщины от 25 до 45 лет, следующие за модой, то компания всегда следит за трендами, а продукция имеет актуальный крой, ткань и принты. Белорусов также заботит защита окружающей среды, потому СООО «Конте Спа» выпустили эко-коллекцию «Eco-friendly Denim».

**Заключение.** Проанализировав макросреду предприятия СООО «Конте Спа», можно сделать вывод, что наибольшее влияние на организацию, по нашему мнению, оказывают демографические и экономические

факторы, так как в соответствии с ними формируется ассортимент и цена товаров. Также на компанию влияют и политико-правовые факторы, определяющие рамки предпринимательской деятельности и возможные методы отстаивания своих интересов. В целом, анализ маркетинговой среды показал, что организация СООО «Конте Спа» эффективно функционирует на внутреннем рынке текстильных изделий Беларуси, используя взвешенный подход для эффективного взаимодействия с факторами внешней среды.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. – СПб.: Питер, 2006. – 464 с.
2. Компания СООО «Конте Спа». Conte elegant, Diwari, Conte kids [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://conte.by/>. – Дата доступа: 21.04.2022.
3. PESTLE-анализ факторов внешней среды [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://freelance.ru/MarketProf/pestle-analiz-faktorov-vneshnej-sredi-3232818.html>. – Дата доступа: 11.08.2022.
4. Численность населения на 1 января 2022 г. по областям и г. Минску [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/ssrd-mvf\\_2/natsionalnaya-stranitsa-svodnyh-dannyh/naselenie\\_6/chislennost-naseleniya1\\_yan\\_poobl/](https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/ssrd-mvf_2/natsionalnaya-stranitsa-svodnyh-dannyh/naselenie_6/chislennost-naseleniya1_yan_poobl/). – Дата доступа: 01.05.2022.
5. Беларусь в цифрах. Статистический справочник. – Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2021 г. – 73 с.
6. Статистический бюллетень «Число зарегистрированных родившихся, умерших, браков и разводов по Республике Беларусь» за январь – март 2020 г. – Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2020 г. – 41 с.
7. График изменения официального курса белорусского рубля по отношению к иностранным валютам, устанавливаемого Национальным банком Республики Беларусь, с 14.04.2019 по 14.04.2022 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/statistics/rates/graphic>. – Дата доступа: 01.05.2022.
8. В ноябре инфляция в Беларуси даже на фоне высокой базы прошлого года составила 6,6% [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://doingbusiness.by/v-noyabre-inflyaciya-v-belarusi-dazhe-na-fone-visokoi-bazi-proshlogo-goda-sostavila-66>. – Дата доступа: 01.05.2022.
9. Лазарчик, У.С. Современные маркетинговые стратегии белорусских предприятий легкой промышленности / У.С. Лазарчик // ЭБ БГУ::ОБЩЕСТВЕННЫЕ НАУКИ:: Экономика и экономические науки; Сборник научных статей студентов, магистрантов, аспирантов. Вып. 24 / сост. С.В. Анцух; под общ. ред. В.Г. Шакурского. – Минск: Четыре четверти, 2020. – С. 280–282.
10. Eco-friendly джинсы с эффектом "мгновенная коррекция живота" CON-105 Lycra® [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://conteshop.by/ru/conte/bryuki-djinsovye-jenskie-eco-friendly-djinsy-s-effektom-mgnovennaya-korrekcija-jivota-con-105-lycra-siniy>. – Дата доступа: 01.05.2022.
11. Бесшовное бюстье из хлопка INVISIBLE LBE 1434 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://conteshop.by/ru/conte/byuste-besshovnoe-byuste-iz-hlopka-invisible-lbe-1434-natural>. – Дата доступа: 01.05.2022.
12. Колготки CONTE SENSITIVE с витамином Е [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mirkolgotok.ru/novosti/kolgotki-conte-sensitive-s-vitaminom-e/>. – Дата доступа: 01.05.2022.
13. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 15 января 2009 г. № 31 Об утверждении Правил продажи товаров при осуществлении розничной торговли по образцам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3961&p0=C20900031>. – Дата доступа: 01.05.2022.
14. Закон Республики Беларусь от 28 июля 2003 г. № 231-3 «О торговле» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3961&p0=N10300231>. – Дата доступа: 01.05.2022.
15. Постановление Совета Министров Республики Беларусь 14 июня 2002 г. № 778 О мерах по реализации Закона Республики Беларусь «О защите прав потребителей» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=c20200778>. – Дата доступа: 01.05.2022.
16. Закон Республики Беларусь 9 января 2002 г. № 90-3 «О защите прав потребителей» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=N10200090>. – Дата доступа: 01.05.2022.