

Бейкоммерциялық ұйымдардың маркетингі

Тақырып 7

Коммерциялық емес маркетинг ортасы



Дәріс мақсаты



Коммерциялық емес маркетинг ортасын
талдау



Дәріс жоспары

- Коммерциялық емес маркетинг ортасы
- Ішкі және сыртқы орта факторлары
- Коммерциялық емес субъектілердің
коммерциялық емес ортасы

Коммерциялық және коммерциялық емес субъектілердің сыртқы маркетингтік ортасында бәсекелестік орта ерекше орын алады. Коммерциялық емес қызмет саласындағы бәсекелестік өте ерекше және субъектілердің төрт түрінің қызметін қамтиды:

- мемлекеттік коммерциялық емес субъектілер;
- мемлекеттік емес коммерциялық емес субъектілер;
- коммерциялық емес қызметпен айналысатын жеке тұлғалар;
- коммерциялық субъектілер (заңды және жеке тұлғалар).

Коммерциялық емес маркетинг ортасы

Факторлар	Коммерциялық емес субъектілер		
	Мемлекеттік субъектілер	Мемлекеттік емес субъектілер	Жеке тұлғалар
Ішкі орта	Басшылық Басқару жүйесі Құрылымдық бөлімшелер Ішкі корпоративтік мәдениет Ақпараттық жүйе		Коммерциялық емес өнімді өндіруші тұлға Жеке адами және кәсіби қасиеттер Заңгер Есепші Хатшы Имиджмейкер Спичрайтер Маркетолог Ақпараттық жүйесі

**Сыртқы микро
орта**

**Тұтынушылар
Жеткізушілер
Инвесторлар
Бәсекелестер
Делдалдар
Байланыс
аудитория**

**Тұтынушылар
Жеткізушілер
Инвесторлар
Бәсекелестер
Делдалдар
Байланыс
аудитория
Демеушілер
Меценаттар және
басқалар**

**Тұтынушылар
Жеткізушілер
Инвесторлар
Бәсекелестер
Делдалдар
Байланыс
аудитория
Демеушілер
Меценаттар және
басқалар
Гранттарды,
сыйлықтарды,
субсидияларды,
жеңілдіктерді
ұсынатын
ұйымдар
Гранттарды,
сыйлықтарды,
субсидияларды,
жеңілдіктерді
ұсынатын
ұйымдар**

**Сыртқы
макро
орта**

**Саяси
Экономикалық
Демографиялық
Табиғи-климаттық
Әлеуметтік-мәдени және діни
Экологиялық**

Маркетингтік орта-бұл ұйымның сыртқы және ішкі ортасы, оның қызметіне әсер етеді. Сыртқы орта сыртқы микро орта мен сыртқы макро ортадан тұрады.

Ішкі және сыртқы орта факторларының әсерінен коммерциялық емес ұйымның миссиясы, ұйымдық құрылымы, стратегиясы мен тактикасы қалыптасады. Сыртқы микро және макро орта факторлары ұйым қызметінің бағыттары мен даму тенденцияларын анықтайды.

Коммерциялық емес ұйымның маркетингтік ортасының факторлары

Факторлар	Коммерциялық емес ұйымдар
Ішкі орта	Басшылық, басқару жүйесі, құрылымдық бөлімшелер, корпоративтік мәдениет, ақпараттық жүйе
Сыртқы микро орта	Тұтынушылар, жеткізушілер, инвесторлар, бәсекелестер, делдалдар, байланыс аудиториялары, демеушілер және тағы басқалар
Сыртқы макроорта	Саяси, экономикалық, демографиялық, әлеуметтік-мәдени, табиғи-климаттық, діни, экологиялық факторлар

Маркетингтік басқару тұрғысынан маркетингтік орта факторларын бақыланбайтын, ішінара бақыланатын және бақыланатын деп бөлуге болады. Бақыланбайтын факторларға сыртқы макро ортаның барлық факторлары жатады, өйткені олар коммерциялық емес ұйымның маркетингтік әсеріне ұшырамайды. Ұйымдар тек олардың әсеріне бейімделіп, оларға тиісті түрде жауап беруі керек. Сыртқы микроортаның кейбір факторларын ішінара бақылау керек. Толығымен бақыланатын ұйымның ішкі ортасының факторларын ғана қарастыруға болады.

2) **Коммерциялық емес субъектілердің коммерциялық емес ортасы**

Коммерциялық емес сала-пайда табу мақсатында емес, белгілі бір миссияны орындау, Әлеуметтік маңызды мәселелерді шешу немесе идеяларды жүзеге асыру мақсатында құрылған адамдар бірлестіктерінің жиынтығы. Коммерциялық емес субъект-бұл коммерциялық емес өнімді өндіруші, жасаушы, оны коммерциялық емес сатуға мүдделі немесе өндіруші емес, тек коммерциялық емес өнімді сататын субъект. Коммерциялық емес субъект заңды тұлға да, жеке тұлға да бола алады.

Коммерциялық емес субъектілердің маркетингі
коммерциялық емес субъектілердің маркетингтік
қызметінің коммерциялық емес және
коммерциялық құрамдас бөлігі болып табылады,
олар шығарған өнімдердің әлеуметтік әсерін
барынша арттыруға бағытталған.

Коммерциялық емес өнім – бұл коммерциялық
емес өнімнің нәтижесібайланысты емес және пайда
табуға арналған субъектініңкоммерциялық емес
алмасу.

Коммерциялық емес айырбас - бұл тұтынушылардан (қоғамнан, оның сегменттерінен, жекелеген адамдардан) жауап алатын, өндіруші субъектінің коммерциялық емес өнімді иеліктен шығаруы.

Коммерциялық емес іске асыру коммерциялық емес айырбастаудың өлшем бірлігі болып табылады, классикалық маркетингтен мәміле ұғымының тікелей аналогы болып табылады.

Барлық коммерциялық емес субъектілерді үш түрге бөлуге болады:

1. Мемлекеттік коммерциялық емес субъектілер (Республика деңгейдегі мемлекеттік, заң шығарушы, атқарушы және сот органдары; жергілікті мемлекеттік басқару және басқару органдары; мемлекеттік бюджеттік кәсіпорындар мен денсаулық сақтау, ғылым және мәдениет ұйымдары; мемлекеттік күш құрылымдары және т.б.).

2. Мемлекеттік емес коммерциялық емес субъектілер (Саяси партиялар мен қозғалыстар; кәсіподақ ұйымдары; коммерциялық емес қайырымдылық қорлары және әртүрлі қауымдастықтар; діни конфессиялар және т.б.).

3. Коммерциялық емес қызметпен айналысатын жеке тұлғалар (тәуелсіз саясаткерлер, ғалымдар, өнер және мәдениет қайраткерлері, миссионерлер және т.б.).

Бақылау сұрақтары:

- Коммерциялық емес маркетинг ортасы сипаттамасы
 - Ішкі және сыртқы орта факторлары қандай?
 - Коммерциялық емес субъектілердің коммерциялық емес ортасы қандай?

Көңіл бөліп тыңдағандарыңызға

рахмет!!!