

МІКРО- ТА МАКРОСЕРЕДОВИЩЕ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Курило В.П., гр. МО-12

Науковий керівник – ст. викл. **Олініченко К.С.**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Магазин взуття «ЦентрОбувь» знаходиться у ТРК «Україна», у московському районі м. Харкова. Іміджу взуття, яке реалізується, як взуття середнього цінового сегменту, надається особлива увага. Насамперед, своєчасні поставки та надання гарантії грають важливу роль у ставленні до продукції і до магазину. Передусім керівництво ставить за мету, щоб кожен клієнт зміг максимально отримати, як насолоду, так і вигоду від придбання.

Мікросередовище:

1. Постачальники: постачання відбувається напряму з фабрик (місцеві бренди), або через місцеві оптові бази.
2. Посередники: фінансово-кредитні установи – «ПриватБанк».
3. Маркетингові посередники: агенція «Aagon» виготовляє зовнішню рекламу.
4. Клієнтурні ринки: населення з середнім та низьким доходом, як чоловіки, так і жінки.
5. Конкуренти: усі підприємства роздрібної торгівлі міста, що реалізують взуття середньої цінової категорії.

Макросередовище:

1. Демографічні фактори: чисельність населення Московського району станом на початок 2014 року складає близько 304 900 осіб. У районі 33 школи, 35 ДНЗ, в яких виховуються і навчаються 7642 дитини, що складає близько 68% від загальної кількості у м. Харкові.
2. Соціально-економічні: середня зарплата у місті Харкові станом на 2014 рік складає 4573 грн. Рівень інфляції з початку 2014 року становить близько 22%.
3. Політико-правові фактори: діяльність регулюється діючим законодавством України.
4. Науково-технічні фактори.
5. Культурне середовище: місцеві жителі пильно слідкують за новітніми тенденціями в області сучасної моди.
6. Природно-кліматичні фактори.