

# CHƯƠNG 3: MÔI TRƯỜNG MARKETING

- ✓ Môi trường marketing là gì?
- ✓ Tại sao doanh nghiệp cần nghiên cứu môi trường marketing?
- ✓ Các yếu tố môi trường marketing tác động như thế nào đến hoạt động marketing?



# Nội dung chính chương 3

TailieuVNU.com Tổng hợp & Sưu



**Tổng quan về môi trường marketing**

---



**Tác động của môi trường vi mô  
tới hoạt động marketing**

---

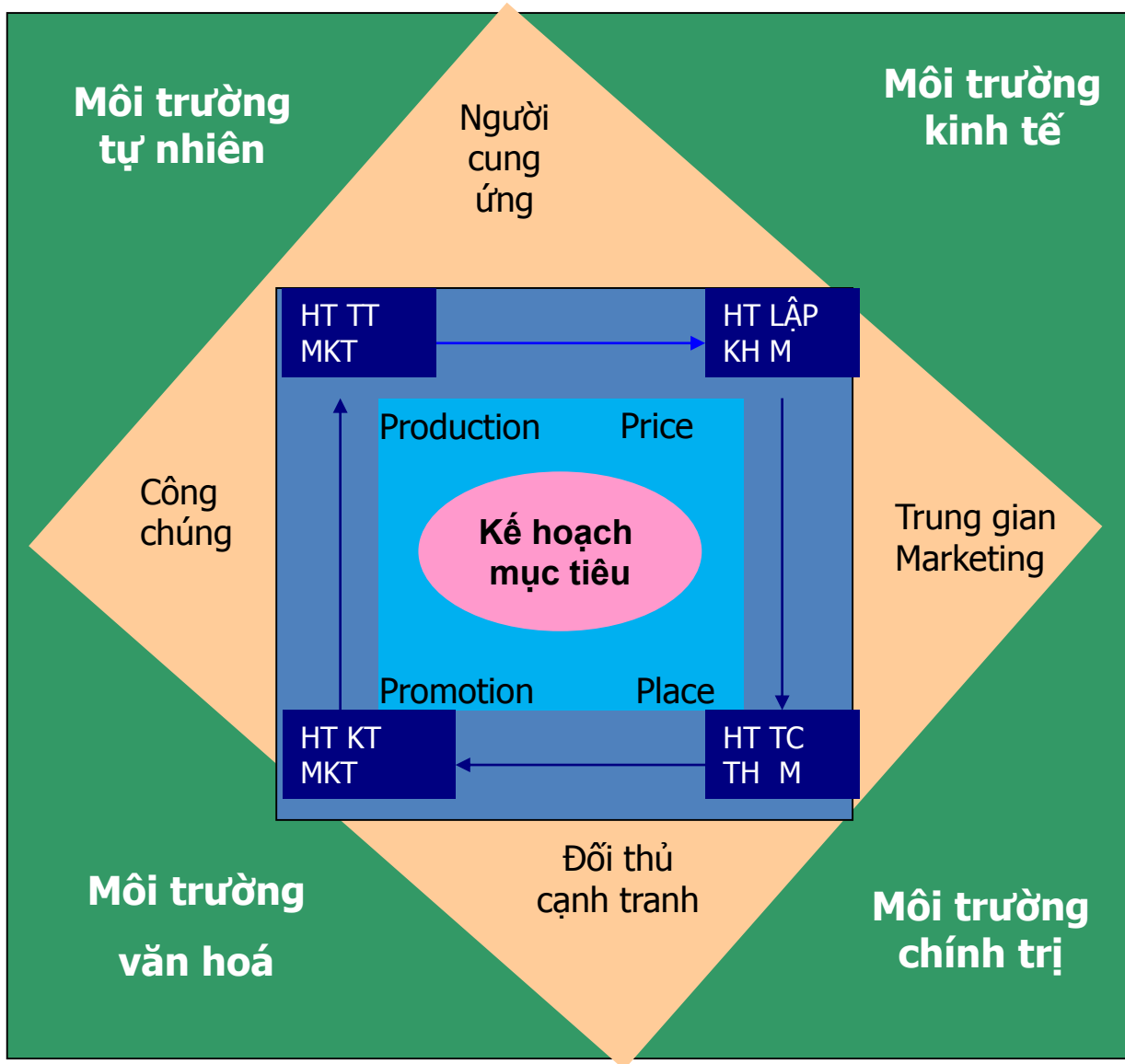


**Tác động của môi trường vĩ mô  
tới hoạt động marketing**

---

# 1. TỔNG QUAN VỀ MÔI TRƯỜNG MARKETING

## 1.1. Hệ thống hoạt động Marketing?



# 1. TỔNG QUAN VỀ MÔI TRƯỜNG MARKETING

## 1.2. Khái niệm môi trường marketing

- **Khái niệm:** Môi trường marketing là tập hợp các chủ thể, các lực lượng bên trong và bên ngoài doanh nghiệp mà bộ phận ra quyết định marketing của DN không thể khống chế được và chúng thường xuyên tác động tốt hoặc không tốt tới các quyết định marketing của DN.



# 1. TỔNG QUAN VỀ MÔI TRƯỜNG MARKETING

## 1.2. Khái niệm môi trường marketing

- ✓ **Thành phần thuộc môi trường marketing:** các tác nhân bên trong DN (ngoài bộ phận marketing) và bên ngoài DN (môi trường vi mô, vĩ mô)
- ✓ **Đặc điểm các tác nhân:** tác động tốt hoặc không tốt đến DN
- ✓ **Bản chất:** là môi trường KD của DN



# 1. TỔNG QUAN VỀ MÔI TRƯỜNG MARKETING

## 1.3. Mục tiêu nghiên cứu môi trường marketing

- ✓ Giúp các nhà quản trị dự báo chính xác cơ hội, rủi ro
- ✓ Đánh giá khách quan năng lực DN
- ✓ Đề xuất các giải pháp marketing có tính khả thi; tận dụng được những cơ hội và giảm thiểu rủi ro



# 1. TỔNG QUAN VỀ MÔI TRƯỜNG MARKETING

## 1.4. Phân loại môi trường marketing





# 2. TÁC ĐỘNG CỦA MÔI TRƯỜNG VI MÔ TỚI HOẠT ĐỘNG MARKETING

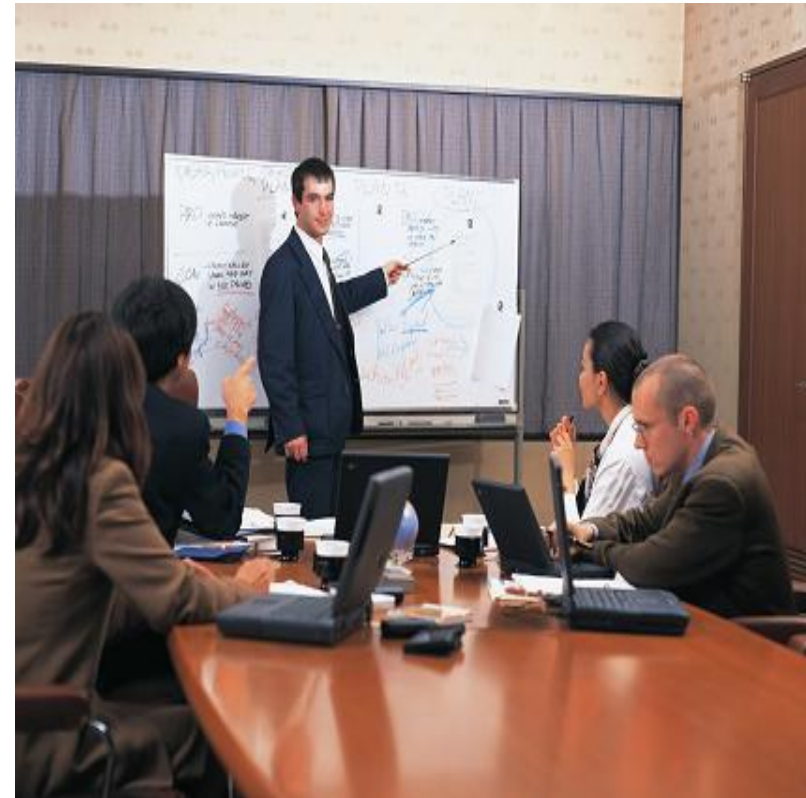
## 2.1. Các lực lượng bên trong DN

Được coi là nội lực của DN:

- *khả năng trình độ, kinh nghiệm,..của nhân viên*
- *Khả năng tài chính*
- *Vị thế trên thị trường*
- *Chiến lược phát triển lâu dài*
- ...

Các chiến lược marketing cần:

- *Phù hợp với mục tiêu chiến lược chung*
- *Được ban lãnh đạo phê duyệt*
- *Được sự ủng hộ từ phía các phòng ban khác*





# 2. TÁC ĐỘNG CỦA MÔI TRƯỜNG VI MÔ TỚI HOẠT ĐỘNG MARKETING

## 2.2. Các lực lượng bên ngoài DN

- Nhà cung ứng đầu vào
- Các trung gian marketing
- Đối thủ cạnh tranh
- Công chúng trực tiếp
- Khách hàng



# 2. TÁC ĐỘNG CỦA MÔI TRƯỜNG VI MÔ TỐI HOẠT ĐỘNG MARKETING

## 2.2. Các lực lượng bên ngoài DN

- Nhà cung ứng đầu vào
  - ✓ Là tổ chức cá nhân cung ứng các yếu tố đầu vào cho doanh nghiệp và đối thủ cạnh tranh.
  - ✓ Tác động trực tiếp đến khả năng phục vụ khách hàng của DN
  - ✓ DN cần phân tích, hiểu về các nhà cung ứng và thiết lập mối quan hệ tốt với các nhà cung ứng chiến lược



# 2. TÁC ĐỘNG CỦA MÔI TRƯỜNG VI MÔ TỚI HOẠT ĐỘNG MARKETING

## 2.2. Các lực lượng bên ngoài DN

- Các trung gian marketing
  - ✓ Là tổ chức-cá nhân giúp công ty tổ chức tốt việc tiêu thụ sản phẩm.
  - ✓ Bao gồm:
    - Các trung gian thương mại:
    - Tổ chức phân phối hàng hóa vật chất
    - Các tổ chức tài chính & ngân hàng
    - Các tổ chức dịch vụ marketing



# 2. TÁC ĐỘNG CỦA MÔI TRƯỜNG VI MÔ TỚI HOẠT ĐỘNG MARKETING

## 2.2. Các lực lượng bên ngoài DN

- Các trung gian marketing
  - ✓ Là tổ chức-cá nhân giúp công ty tổ chức tốt việc tiêu thụ sản phẩm.
  - ✓ Bao gồm:
    - *Các trung gian thương mại*
    - *Tổ chức phân phối hàng hóa vật chất*
    - *Các tổ chức tài chính & ngân hàng*
    - *Các tổ chức dịch vụ marketing*



# 2. TÁC ĐỘNG CỦA MÔI TRƯỜNG VI MÔ TỚI HOẠT ĐỘNG MARKETING

## 2.2. Các lực lượng bên ngoài DN

- Các trung gian marketing
  - ✓ Là tổ chức-cá nhân giúp công ty tổ chức tốt việc tiêu thụ sản phẩm.
  - ✓ Bao gồm:
    - *Các trung gian thương mại*
    - *Tổ chức phân phối hàng hóa vật chất*
    - *Các tổ chức tài chính & ngân hàng*
    - *Các tổ chức dịch vụ marketing*





# 2. TÁC ĐỘNG CỦA MÔI TRƯỜNG VI MÔ TỚI HOẠT ĐỘNG MARKETING

## 2.2. Các lực lượng bên ngoài DN

- Các trung gian marketing
  - ✓ Là tổ chức-cá nhân giúp công ty tổ chức tốt việc tiêu thụ sản phẩm.
  - ✓ Bao gồm:
    - *Các trung gian thương mại*
    - *Tổ chức phân phối hàng hóa vật chất*
    - *Các tổ chức tài chính & ngân hàng*
    - *Các tổ chức dịch vụ marketing*





# 2. TÁC ĐỘNG CỦA MÔI TRƯỜNG VI MÔ TỚI HOẠT ĐỘNG MARKETING

## 2.2. Các lực lượng bên ngoài DN

- Các trung gian marketing
  - ✓ Là tổ chức-cá nhân giúp công ty tổ chức tốt việc tiêu thụ sản phẩm.
  - ✓ Bao gồm:
    - *Các trung gian thương mại*
    - *Tổ chức phân phối hàng hóa vật chất*
    - *Các tổ chức tài chính & ngân hàng*
    - *Các tổ chức dịch vụ marketing*



# 2. TÁC ĐỘNG CỦA MÔI TRƯỜNG VI MÔ TỚI HOẠT ĐỘNG MARKETING

## 2.2. Các lực lượng bên ngoài DN

- Đối thủ cạnh tranh

- ✓ Là những nhà cung ứng luôn rình rập và mong muốn sẽ giành giật được khách hàng của DN

- ✓ Có 4 loại ĐTCT khác nhau

*Cạnh tranh nhu cầu*

*Cạnh tranh công dụng*

*Cạnh tranh trong ngành*

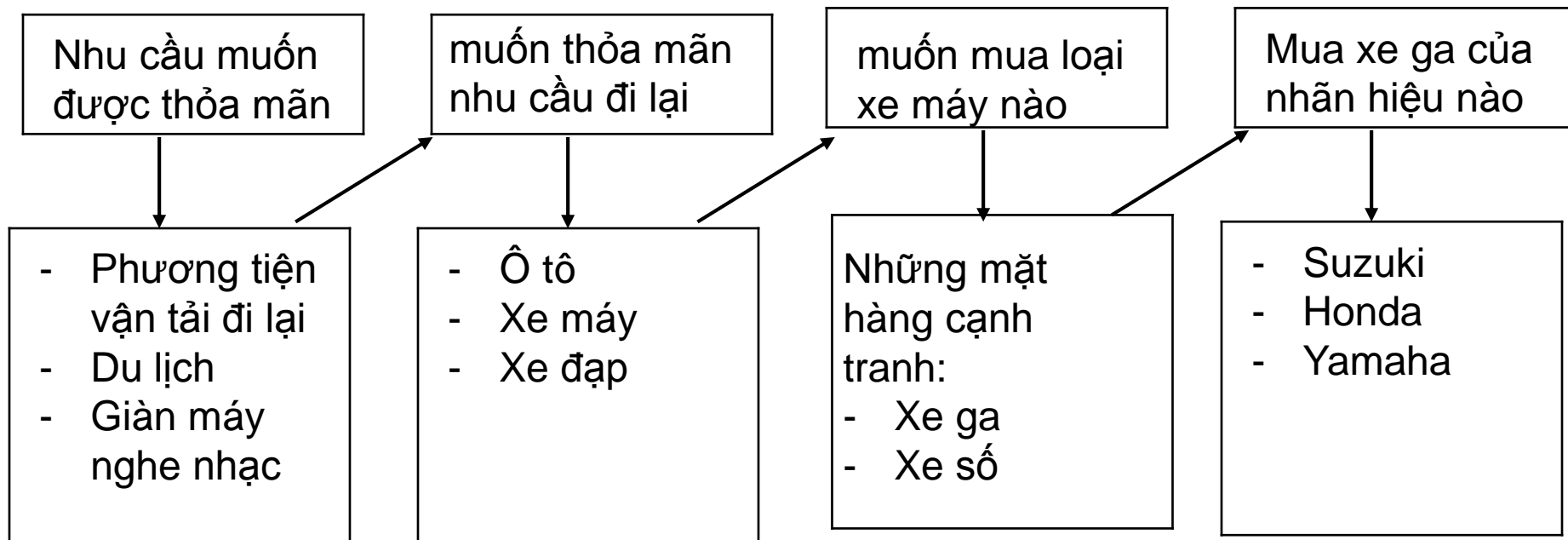
*Cạnh tranh thương hiệu*



# 2. TÁC ĐỘNG CỦA MÔI TRƯỜNG VI MÔ TỚI HOẠT ĐỘNG MARKETING

## 2.2. Các lực lượng bên ngoài DN

- Đối thủ cạnh tranh (tt)



*Quy trình từ phát sinh nhu cầu đến đưa ra quyết định của NTD*

# 2. TÁC ĐỘNG CỦA MÔI TRƯỜNG VI MÔ TỚI HOẠT ĐỘNG MARKETING

## 2.2. Các lực lượng bên ngoài DN

- Công chúng trực tiếp
  - ✓ Có quan tâm hoặc sẽ quan tâm tới hoạt động của DN
  - ✓ Ảnh hưởng tích cực hoặc không tới hđ marketing của DN
  - ✓ Theo mức độ và tính chất ảnh hưởng có các loại:

*Công chúng tích cực*

*Công chúng tìm kiếm*

*Công chúng không mong muốn*



# 2. TÁC ĐỘNG CỦA MÔI TRƯỜNG VI MÔ TỚI HOẠT ĐỘNG MARKETING

## 2.2. Các lực lượng bên ngoài DN

- Khách hàng
  - ✓ Là thị trường của DN
  - ✓ Quyết định các hoạt động marketing của DN
  - ✓ Các loại thị trường khách hàng:

*Thị trường người tiêu dùng*

*Thị trường các nhà sản xuất*

*Thị trường bán buôn trung gian*

*Thị trường cơ quan Nhà nước*

*Thị trường quốc tế*



### 3. TÁC ĐỘNG CỦA MÔI TRƯỜNG VĨ MÔ TỚI HOẠT ĐỘNG MARKETING

- Nhân khẩu
- Kinh tế
- Tự nhiên
- Khoa học công nghệ
- Chính trị- pháp luật
- Văn hóa



TailieuVNU.com Tổng hợp & Sưu tầm



# 2. TÁC ĐỘNG CỦA MÔI TRƯỜNG VĨ MÔ TỚI HOẠT ĐỘNG MARKETING

## 2.2. Các lực lượng bên ngoài DN

- Nhân khẩu
  - ✓ Khả năng tiêu thụ hàng hóa
- Thị trường
  - ✓ Khả năng về sản phẩm
- Khoa học công nghệ
  - ✓ Quy mô và tốc độ tăng dân số
  - ✓ Chính trị- pháp luật
  - ✓ Cơ cấu dân số
- Văn hóa
  - ✓ Tình trạng hôn nhân và gia đình
  - ✓ Tốc độ đô thị hóa.



# 2. TÁC ĐỘNG CỦA MÔI TRƯỜNG VĨ MÔ TỚI HOẠT ĐỘNG MARKETING

## 2.2. Các lực lượng bên ngoài DN

- Kinh tế
- ✓ Nhân khẩu đến sức mua của thị trường
- Trường
- Khoa học công nghệ
- ✓ Thu nhập và sức mua của thị trường
- Văn hóa
- ✓ Sự phân hóa giàu nghèo
- ✓ Các giai đoạn của chu kỳ kinh tế



# 2. TÁC ĐỘNG CỦA MÔI TRƯỜNG VĨ MÔ TỚI HOẠT ĐỘNG MARKETING

## 2.2. Các lực lượng bên ngoài DN

- Tự nhiên
- ✓ **Kinh tế** nên đặc điểm của
  - khu vực thị trường, lợi thế trong Nhân khẩu
  - cung ứng và ảnh hưởng tới vị thế cạnh tranh của DN
- **Chính trị- pháp luật**  
Gồm:
  - ✓ **Đặc điểm địa lý**  
Văn hóa
  - ✓ Sự cạn kiệt nguồn tài nguyên truyền thống
  - ✓ Ô nhiễm & tình trạng mất cân bằng sinh thái



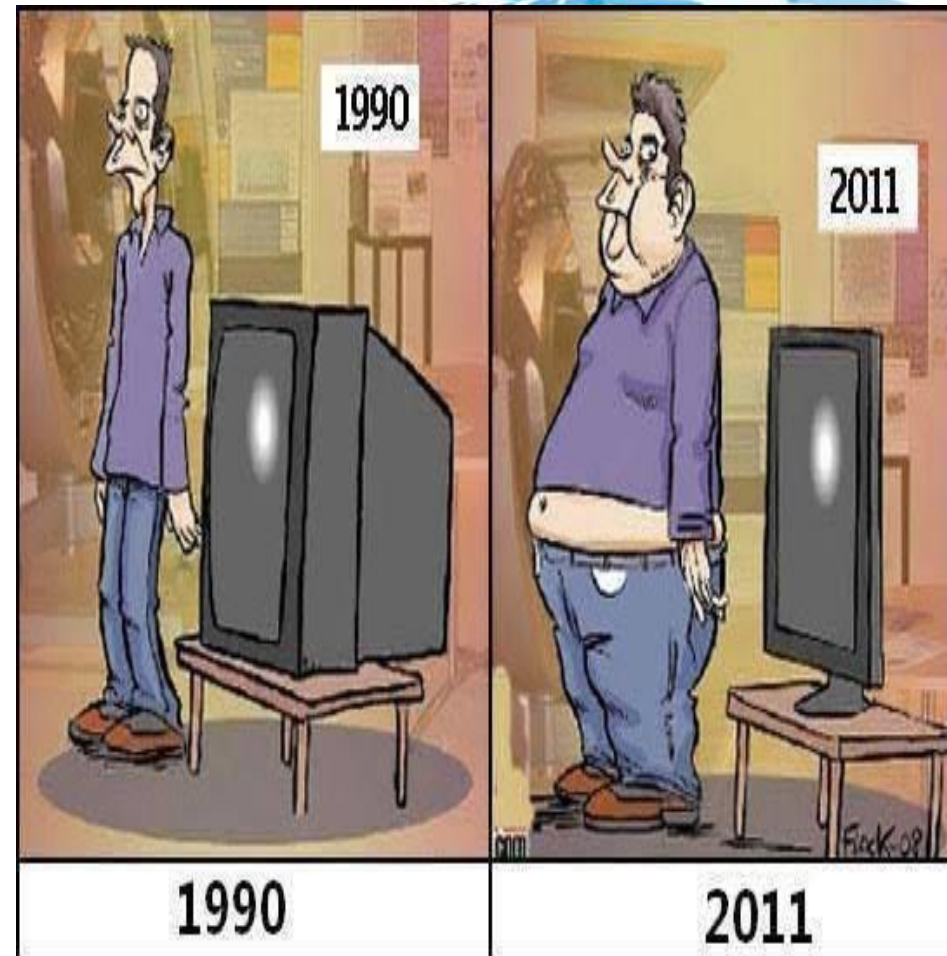
# 2. TÁC ĐỘNG CỦA MÔI TRƯỜNG VĨ MÔ TỚI HOẠT ĐỘNG MARKETING

## 2.2. Các lực lượng bên ngoài DN

- Khoa học công nghệ
- ✓ Cải thiện cuộc sống con người và ảnh hưởng tới vị thế cạnh tranh của DN
  - Tự nhiên
  - Kinh tế
  - Nhân khẩu

DN cần tuân thủ pháp luật

- ✓ Cơ hội: tăng khả năng tiếp cận và làm hài lòng k/h; mở rộng thị trường mới; đạt lợi nhuận lớn.
  - Văn hóa
- ✓ Thách thức: chu kỳ sống SP ngắn; khả năng đáp ứng nhu cầu k/h giảm nếu ko theo kịp tiến độ phát triển





# 2. TÁC ĐỘNG CỦA MÔI TRƯỜNG VĨ MÔ TỚI HOẠT ĐỘNG MARKETING

## 2.2. Các lực lượng bên ngoài DN

- Chính trị - pháp luật
- ✓ • **Pháp luật**
  - Tự nhiên
  - Các quy định trong văn bản luật và dưới luật
    - Kinh tế
    - Mang tính chất cưỡng chế và bắt buộc
    - Nhân khẩu
    - Bảo vệ MKD chung cho DN và NTD
  - Khoa học công nghệ
- ✓ DN cần quan tâm:
  - Văn hóa
    - Các luật liên quan tới lĩnh vực KD của mình
    - Tìm hiểu cơ chế áp dụng luật, cách thực thi luật



# 2. TÁC ĐỘNG CỦA MÔI TRƯỜNG VĨ MÔ TỚI HOẠT ĐỘNG MARKETING

## 2.2. Các lực lượng bên ngoài DN

- Chính trị - pháp luật

✓ Chính trị:

- MT chính trị ổn định, không có mâu thuẫn sắc tộc, tôn giáo, chiến tranh → thu hút đầu tư trong và ngoài nước





# 2. TÁC ĐỘNG CỦA MÔI TRƯỜNG VĨ MÔ TỚI HOẠT ĐỘNG MARKETING

## 2.2. Các lực lượng bên ngoài DN

- Văn hóa
  - ✓ Ảnh hưởng pháp luật đến hành vi
  - Tư duy của khách hàng
  - Kinh tế
  - ✓ DN cần hiểu biết môi trường văn
  - Nhân khẩu
  - hóa đang kinh doanh để thích
  - Khoa học công nghệ
- ứng.



# Thảo luận nhóm

Trình bày những biến động của các yếu tố thuộc môi trường marketing vĩ mô trong 3 năm gần đây? Cho ví dụ về sự ảnh hưởng của các yếu tố đó?



TailieuVNU.com Tổng hợp & Sưu tầm