

الموارد البشرية.

(٢) الموردون :

تعتمد المنظمة في الحصول على مدخلاتها على عدد كبير من الموردين ، لذلك فهي تهتم بالتحقق من مدى توافر المدخلات و درجة جودتها و درجة الاستمرار في توافرها.

(٣) المستهلكون (الفئات المستهدفة) :

قلب المفهوم التسويقي الحديث هو العمل على إشباع احتياجات المستهلك ، لذلك فمن المهم للمنظمة أن تقوم بتحديد من هم المستهلكون المحتملون لها و ما هي احتياجاتهم.

(٤) الوكالات الحكومية:

بالإضافة إلى كونها من المستهلكين فهي مصدر للتشريعات و القوانين التي تحكم أداء المنظمة في دنيا الأعمال و كذلك فهي قد تعمل على تقديم الدعم للمنظمات أو قد تعمل كمنافس لبعض المنظمات.

(٥) النقابات المهنية و العمالية :

من أهم الجوانب التي يجب دراستها في هذا الشأن مدى توافر العمالة المطلوبة و القضايا الخاصة بالعاملين و الدور الذي تلعبه النقابات العمالية و ما شابه.