

# Понятие , сущность , роль и принципы маркетинга



- ▶ Маркетинг (от англ. market - «рынок») - это оригинальное единство строгой науки и умение эффективно работать на рынке.
- ▶ Маркетинг - это единый комплекс организации производства и сбыта товара (услуги), направленный на выявление и удовлетворение потребностей конкретной группы потребителей с целью получения прибыли.



В самой сущности маркетинга заложены определенные понятия: потребность (нужда), запрос (спрос), товар и обмен.

Для совершения сделки необходимо наличие некоторых условий:

- ▶ 1. Наличие объектов сделки;
- ▶ 2. Наличие субъектов сделки;
- ▶ 3. Определение условий совершения сделки;
- ▶ 4. Определение времени и места совершения сделки.

Сущность маркетинга определяется формулой:

«Производить то, что безусловно находит сбыт, а не пытаться навязывать продукцию покупателю».

Концепция маркетинга рассматривает производство и сбыт как единое целое.

Частные цели предприятия, ведущего маркетинговую политику, могут быть направлены, например, на:

- ▶ • создание конкретного продукта
- ▶ • достижение требуемого объема продаж
- ▶ • достижение определенного уровня прибыли
- ▶ • завоевание определенной доли рынка

Для целенаправленного применения принципов и методов маркетинга на предприятиях должна создаваться маркетинговая служба, основными функциями которой являются:

- ▶ • анализ внешней среды (рынков, товаров, потребителей и конкурентов)
- ▶ • анализ внутренней среды
- ▶ • формирование концепции нового товара
- ▶ • планирование жизненного цикла товара
- ▶ • формирование спроса и стимулирование сбыта продукции
- ▶ • формирование ценовой политики
- ▶ • информационное обеспечение маркетинга

# К основным целям маркетинга следует отнести:

- ▶ • формирование образа товара, предприятия
- ▶ • выработка "отличительного преимущества"
- ▶ • достижение запланированной прибыли



# Маркетинг базируется на следующих принципах:

- ▶ . нацеленность на достижение конечного результата производственно-сбытовой деятельности;
- ▶ . направленность на долговременный результат при постоянном сопоставлении затрат, уровня цен, платежеспособного спроса и дохода;
- ▶ . применение в единстве и взаимосвязи тактики и стратегии активного приспособления к требованиям потенциальных потребителей с одновременным воздействием на них;
- ▶ . глубокое и всестороннее исследование рынка и экономической конъюнктуры во взаимосвязи с производственно-сбытовыми возможностями субъектов хозяйствования;
- ▶ . использование системы гибкого реагирования производства и сбыта на требования рынка и конкретные запросы конечных потребителей;
- ▶ . проведение инновационной деятельности: постоянное совершенствование, модифицирование и обновление товара, а также приемов и методов стимулирования сбыта, определение новых каналов товародвижения;
- ▶ . планирование производственно-сбытовой деятельности с помощью маркетинговых программ, основанных на конъюнктурных и научно-технических прогнозах.




# Существуют разные направления повышения результативности производства:

- ▶ а) внедрение новых технологий позволит предприятию снизить издержки, что увеличит размер прибыли;
- ▶ б) модернизация оборудования и ресурсосбережение;
- ▶ в) привлечение инвестиций и их рациональное использование;
- ▶ Г) повышение качества продукции;
- ▶ Д) эффективность проводимых исследований, разработок и политики фирмы (маркетинг).



## шесть правил поведения с клиентом:

- 
- ▶ 1) знать покупателя лучше, чем он сам себя;
  - ▶ 2) уделять большое внимание дизайну магазина;
  - ▶ 3) постоянно думать о покупателях;
  - ▶ 4) совершенствовать обслуживания за счет стимулирования оплаты труда;
  - ▶ 5) постоянно обучать персонала компании;
  - ▶ 6) забота о сотрудниках.