



Тема: «Маркетинг у діяльності підприємця»

План

- ✓ *1. Сутність визначення маркетингу.*
- ✓ *2. Принципи, завдання та функції маркетингу.*
- ✓ *3. Роль маркетингу у підприємницькій діяльності.*

1. Сутність визначення маркетингу

На даний час в економічній науці існує більше тисячі визначень маркетингу. Розглянемо основні три визначення:

Маркетинг
(за Котлером)

- це вид людської діяльності, який націлений на задоволення потреб і запитів шляхом обміну.

Маркетинг
(за Неффертом)

- це координація, планування і контроль на фірмі з метою утримання існуючих ринків і захоплення нових.

Маркетинг
(за Друкке)

- це концепція управління фірмою, в центрі якої є споживач з його потребами і запитами, і всі підрозділи, відділи, ланки та управління фірми націлені на те, як щонайкраще ці потреби і запити задовольнити.

2. Принципи, завдання та функції маркетингу

Маркетинг як сучасна філософія бізнесу базується на чотирьох основних принципах:

1.

- Орієнтація на споживачів і гнучке реагування виробництва і збуту на зміни попиту

2.

- Сегментування ринку передбачає виявлення конкретної групи споживачів (сегмента), на задоволення потреб якого через товари та послуги слід зорієнтувати діяльність підприємства

3.

- Глибоке дослідження ринку включає визначення ємності ринку, споживчих якостей товару, підходів до ціноутворення, ефективних каналів збуту, методів стимулювання продажу

4.

- Націленість маркетингу — це довгостроковий результат, що забезпечується інноваціями виробничої та збутової діяльності

Стратегічні завдання маркетингу:



Основні функції маркетингу:

*Комплексне
вивчення ринку та
проблем, пов'язаних
з маркетингом*

*Узгодження
параметрів,
характеристик і цін
з побажаннями
споживачів*

*Планування
розподілу та
збуту товарів*

*Фізичний
розподіл
продукції*

*Забезпечення
комунікаційних
зв'язків,
реалізація угод*

*Сервіс,
налагоджування,
зворотний
зв'язок*

3. Роль маркетингу у підприємницькій діяльності



Для маркетингу об'єктом діяльності, товаром є все, що здатне задовольнити попит споживачів і може бути запропоноване на ринку з метою реалізації. Найбільш масові серед товарів називаються товарами широкого вжитку.

В процесі своєї діяльності фірма послідовно аналізує свою цінову стратегію, яка складається з таких елементів:

Завдання ціноутворення; забезпечення діяльності фірми у конкурентному середовищі; максимізація поточних прибутків; завоювання лідерства щодо збуту або якості товару.



Визначення попиту. Фірма виводить криву попиту, яка показує ту ймовірну кількість товару, який можна продати на ринку за певний проміжок часу.



Оцінка витрат. Фірма аналізує, як зміниться сума її витрат за різних умов виробництва.



Співвідношення цін і товарів конкурентів встановлюють для використання їх як основи формування власної ціни (за інших однакових умов)

Стимулювання реалізації товарів і послуг – це використання різноманітних засобів впливу задля прискорення й підсилення позитивної реакції ринку на реалізацію товарів і послуг.

Дякую за увагу!

Джерело :

http://edufuture.biz/index.php?title=%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F_%D1%83%D1%80%D0%BE%D0%BA%D1%83:_%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3_%D1%83_%D0%B4%D1%96%D1%8F%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96_%D0%BF%D1%96%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%94%D0%BC%D1%86%D1%8F

https://www.google.com.ua/search?q=%D0%BC%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=0ahUKEwiT0ZvN08DdAhVClwKHRjRDjUQ_AUICigB&biw=1680&bih=954#imgrc=czFeb7orVM_CuM: