

МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ БИЗНЕСА

Гордевич К. В., студент
Научный руководитель – Курегян С. В., д. э. н.,
профессор каф. «Экономика и право»

Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Республика Беларусь

Маркетинг-это комплекс мер и мероприятий, основанный на исследовании рынка, направленный на реализацию созданных продуктов и услуг в различной форме с целью получения максимально возможной прибыли. Маркетинг как необходимый инструмент экономического, коммерческого развития не мог существовать в старой экономической системе, поскольку, по сути, не было товарно-денежных и обменных отношений. Недостаточное внимание, уделяемое предпринимателями маркетинговым технологиям, отрицательно сказывается на росте экономической эффективности функционирования предприятий отечественного бизнеса. Определяющее значение в этом процессе приобретает концептуализация маркетинга, которая в максимальной степени может стимулировать их производственную, инвестиционную и инновационную деятельности при обеспечении потребительской удовлетворенности.

Потенциальные доходы от рекламы должны превышать расходы, понесенные организацией на ее создание. Но не все организации в силу ограниченности денежных средств способны финансировать рекламную компанию. Маркетинг должен носить комплексный характер и охватывать все стороны бизнеса.

Маркетинг – это не улучшение работы какого-либо одного направления деятельности предприятия, а выполнение принципиально новой функции по взаимодействию предприятия и рынка с ориентацией всей деятельности предприятия на требования потребителя.

Список литературы

1. Маркетинг в вопросах и решениях: учебник для студентов / И. В. Захарова, Т. В. Евстигнеева. – Москва: КноРус, 2011.