

УДК 334.021

Стукалова М.А.

Студентка

ВолГТУ

Борискина Т.Б. к.с.н.

Доцент кафедры « Менеджмент и финансы производственных систем»

ВолГТУ

РФ, г. Волгоград

МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И ЕЕ ВИДЫ

Аннотация: Данная статья посвящена маркетинговой деятельности на предприятии и рассмотрению ее основных направлений.

Ключевые слова: Маркетинговая деятельность, предприятие, рынок, услуги, производство.

Stukalova M.A.

Student

VolgGTU

Boriskina T.B. Ph.D.

Associate Professor of the Department of Management and Finance of

Production Systems

VolgGTU

Russian Federation, Volgograd

Annotation: This article is devoted to marketing activities at the enterprise and consideration of its main directions.

Key words: Marketing activity, enterprise, market, services, production.

Маркетинговой деятельностью является комплекс мероприятий управленческого и организационного вида, направленный на сбытовую политику продукции предприятия.

Задача маркетинговой деятельности заключается в расширении, развитии рынка услуг и товаров, посредством удовлетворения потребностей потребителя. Данная деятельность способствует производству и распределению товаров и услуг.

Такие факторы как внешние, внутренние, прямые и косвенные, подконтрольные и неконтролируемые, стимулирующие, все они способствуют совершенствованию маркетинговой деятельности на предприятии.

Организация рекламы, распространения, разработка товара и маркетинговые исследования, все это относится к формам реализации маркетинговой деятельности.

Основные направления маркетинговой деятельности представлены на рисунке 1.



Рисунок 1- Основные направления маркетинговой деятельности

Любая организация сталкивалась с необходимостью в проведении маркетинговых исследований: поиск, сбор информации, которая относится к определенной рыночной ситуации. Необходимость в данном проведении может быть в различных ситуациях:

- расширение бизнеса
- выход на новые рынки
- запуск новой продукции

От философии предприятия зависят и виды маркетинговой деятельности, которые будут применяться в данной компании или сфере продаж.

Существует четыре вида маркетинговой деятельности:

1.Продуктовый маркетинг или product marketing. Его особенность заключается в том, что он опирается на аналитический прогноз и различные технологии. Организации начинают выпускать товар, рассчитывая на увеличение спроса и заинтересованность им, продвигая и сопровождая его на всем жизненном цикле.

2.Производственный маркетинг.Чаще всего деятельность предприятия направлена на продвижение необходимых для производства продукции, различного сырья и т.д. Большое внимание уделяется на издержки при затратах и способам их минимизации.

3.Маркетинг потребительского спроса. Данный вид маркетинга нацелен на реализацию продукта и удовлетворение потребностей потребителя. Учитываются отличия потребностей разных групп и изменение предпочтений в выборе товара или услуг. Проблематичным в данном направлении маркетинга считается малое внимание, которое уделяется вопросам удовлетворения потребностей потребителя. Организация, выбравшая именно этот способ меньше всего подвержена затовариванию, снижению выручки и неудовлетворительному спросу. Но

и вложений в разработку и реализацию маркетинговой стратегии следует сделать немало, что позволить себе может не каждое предприятие.

4.Сбытовой маркетинг. В основе сбытового маркетинга лежит скорость обновления ассортимента и ускорение товарооборота. Анализ платежеспособного спроса, позволяет получать максимальную выручку в краткосрочный период.

Маркетинговая деятельность начинается с аналитического исследования, после чего разрабатывается стратегическое планирование, программа по созданию и выводу нового товара на рынок, начинаются формироваться каналы продвижения товара от производителя до потребителя, после чего рекламная компания начинает осуществлять свои действия по продвижению товара и заключительным этапом является оценка эффективности маркетинговых мероприятий.

Использованные источники

- 1) Божук, С. Г. Маркетинговые исследования : учебник для вузов / С. Г. Божук. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 304 с.
- 2) Егоров, Ю. Н. Управление маркетингом : учебник / Ю.Н. Егоров. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 238 с.
- 3) Корнеева, И. В. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 436 с.
- 4) Маркетинговая деятельность [Электронный ресурс]- Режим доступа : https://spravochnick.ru/marketing/marketingovaya_deyatelnost/osnovnye_vidy_marketingovoy_deyatelnosti/
- 5) Инструменты маркетинга [Электронный ресурс]- Режим доступа : <https://www.activetraffic.ru/wiki/marketing/>