

# Маркетинг

Автотранспортное предприятие

- Маркетинг является разноплановой концепцией. Прежде всего, он известен как философия бизнеса, направленная на выявление потребностей потребителей, целевых рынков, которые данная организация может удовлетворить наилучшим образом путем производства соответствующих продуктов, на то, чтобы каждый сотрудник организации мыслил категориями «потребитель», «рынок».
- Маркетинг на автомобильном транспорте - вид деятельности, направленный на удовлетворение потребностей грузоотправителей и грузополучателей независимо от форм собственности посредством организации рациональной системы грузодвижения.
- Грузодвижение представляет собой деятельность по планированию, реализации и контролю за физическим перемещением готовой продукции и материалов от мест их производства до мест потребления с целью удовлетворения потребителей и с экономической выгодой для предприятий транспорта и вспомогательных структур.

- «Маркетинг — это вид человеческой деятельности, направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена».
- «Маркетинг — это социальный процесс, направленный на удовлетворение потребностей и желаний индивидов и групп посредством создания и предложения обладающих ценностью товаров и услуг и свободного обмена ими».
- «Маркетинг — это искусство и наука правильно выбирать целевой рынок, привлекать, сохранять и наращивать количество потребителей посредством создания у покупателя уверенности, что он представляет собой наивысшую ценность для компании», а также «упорядоченный и целенаправленный процесс осознания проблем потребителей и регулирования рыночной деятельности».

- Маркетинговая деятельность включает в себя планирование ассортимента продукции; ценообразование, т.е. определение цены, которую покупатель должен будет заплатить, чтобы получить данный товар; транспортировку, т.е. оптимальные способы доставки товаров потребителю; хранение и складирование продукции; оптовую торговлю - продажу товаров кому-либо, кроме конечных потребителей; розничную торговлю - продажу самим конечным потребителям; обслуживание потенциальных покупателей в торговом зале, т.е. оказание им помощи в выборе товара или услуги и соответствующая "обработка" покупателей; кредитование - предоставление покупателям возможности оплатить покупку в течение определенного срока после приобретения товара или услуги; рекламу - безличную форму общения с потребителями через средства массовой информации, включая телевидение, радио, газеты, журналы,

- Только совокупность указанных видов деятельности может быть названа маркетингом. Соответственно, интеграция всех этих действий в единый процесс называется маркетинговой программой. Успех фирмы зависит от многих факторов - правильно выбранной стратегии, преданных своему делу служащих, хороших информационных систем, умелой реализации планов. Однако преуспевающие компании всех уровней имеют один общий признак - они ориентированы на потребителя и потому уделяют максимум внимания маркетингу.

- Все эти компании объединяет желание понять и удовлетворить потребности покупателя. В такой компании каждый работник ориентирован на производство товара превосходного качества, ведущего к высокому уровню удовлетворения потребительского спроса. Компания "Уол-март сторс", например, стала крупнейшей в мире фирмой розничной торговли, действуя под девизом: "Мы продаем дешевле". Компания "Федерал экспресс" завоевала господствующие позиции на американском рынке услуг по доставке малогабаритных грузов, неизменно выполняя свои обязательства быстро и с гарантией.

- Маркетинг — это управление производственно-сбытовой деятельностью организации, которое основано на постоянном комплексном анализе рынка. Маркетинг включает в себя: ценообразование, товарную политику, прогнозирование и изучение спроса, рекламную деятельность, связи с общественностью, организацию внутрифирменной культуры и т. д. Иногда в узком смысле маркетинг определяют как «изучение рынка».
- «Маркетинг — это формирование идеи конкретного продукта, его упаковка и передача в руки публики. Это означает — подготовить продукт, доставить его на рынок, и разместить его там таким образом, чтобы добиться максимально возможного сбыта и максимально возможного отклика».

- Современные определения маркетинга содержат, как правило, более широкий диапазон функций:
- Маркетинг представляет собой процесс планирования и воплощения замысла, ценообразование, продвижение и реализацию идей, товаров и услуг посредством обмена, удовлетворяющего цели отдельных лиц и организаций.
- Маркетинг это предвидение, управление и удовлетворение спроса на товары, услуги, организации, людей, территории и идеи посредством обмена.
- Маркетинг - процесс планирования и воплощения замысла, ценообразование, продвижение и реализация идей, товаров и услуг посредством обмена, удовлетворяющего цели отдельных лиц и организаций.
- Маркетинг - вид деятельности, направленный на удовлетворение потребностей посредством обмена.



- Маркетинг - осуществляемая крупными компаниями система мероприятий по изучению рынка и активному воздействию на потребительский спрос с целью расширения сбыта производимых ими товаров.
- Маркетинг - совокупность планомерных организационно-технических действий предприятия по изучению рынка, производству продукции с учетом рыночного спроса и продвижению товаров к потребителю с целью получения максимальной прибыли.
- Маркетинг - предпринимательская деятельность, связанная с направлением потока товаров и услуг от производителя к потребителю.
- Маркетинг - выявление, прогнозирование и удовлетворение потребительского спроса с прибылью для фирмы (организации).
- Маркетинг - процесс согласования возможностей компании и запросов потребителя.

- Маркетинг как средство повышения эффективности функционирования предпринимательских структур обязательно связан: во-первых, с предвидением и прогнозированием спроса, что становится возможным, только благодаря постоянному изучению потребителей с точки зрения их потребностей; во-вторых, с управлением спросом посредством стимулирования потребителей к приобретению предлагаемых фирмой товаров; в-третьих, удовлетворением спроса как с точки зрения функциональных характеристик продукта, так и безопасности, послепродажного обслуживания и т.д.