

Razvoj na marketingot (makedonski)

Vrsta: Seminarski Ċ Broj strana: 16

Razvitok na marketingot i negovata primena vo sovremenoto opštество

Marketingot kako pazarno orientirana rabotna koncepcija

Kako oblik pazarnoto rabotewe na marketingot e rezultat na opštiot razvoj na naukata i tehnikata, odnosno zgolemuvawe na moŹnosta za proizvodstvo na stoki.

Pojavata na marketingot, istoriski gledano ograniĉena so stapuvaweto na razvoj na proizvodnite sili i opštestvenite celi, so podelba na rabotata i pazarot.

Ako stepenot na opštestvenioto razvoj kade Źto osnovnata cel gi zadovoluva elementarnite potrebi, koi se na relativno nisko nivo, na preprijatijata se postavuvaat barawa da proizveduvaat Źto poveĉe proizvodi. Preprijatijata se svrteni sami kon sebe, ponudata e mala, a potrebite ostanuvaat nezadovoleni. Proizvoditelot vo takvi uslovi ima dominantna uloga na pazarot (pazar na prodavaĉi). Povisokiot stepen na sopstvenioto razvoj nametnuva promena na odnosot, proizvoĉitel - pazar - potroŹuvaĉ. Razvitokot na proizvodnite sili ovozmoŹuva pogolema ponuda. Vo taa faza na razvojoj na marketingot raste vaŹnosta na organizacijata na prodaŹnata sluŹba na preprijatijata.

Se vooĉuva vlijanieto na kvalitetot na prodaŹnite sluŹbi i sposobnosta na distributivnata mreŹa da gi zadovolvi potroŹuvaĉite. Toa e period na taka nareĉena prodaŹba (komercijalna orientacija na preprijatioto).

Periodot na marketinŹkata orientacija nastanuva vo momentot koga proizvodnite sili ĉe porasnat do toj stepen da ovozmoŹat pogolema ponuda od pobaruvaĉkata ili barem izednaĉena razlika na ponuda i pobaruvaĉka.

Pazarot na prodavaĉi se transformira vo pazar na kupuvaĉi. Toa znaĉi deka vo preprijatioto funkcijata koja e usmerena kon pazarot (funkcijata na marketingot) stanuva dominantna funkcija. Taa gi opfaĉa politikata na proizvodite, cenite, kanalite na isporaka, komunikacijata so pazarot i pazarnoto ispituvawe.

Izrazot marketinŹka koncepcija, terminoloŹki i soĉrŹinski go izrazuva pristapot koj se temeli na nauĉnioto pogled na deluvawe koj poaĉa od rabotnite aktivnosti ograniĉeni so maksimalno zadovoluvawe na potrebite (barawata, Źelbite i predloŹite) na kupuvaĉite i potroŹuvaĉite.

Podmiruvawe na potrebite, pobaruvawata i potroŹuvaĉkata so maksimalen finansov efekt kako rezultat na zadovoluvawe na potrebite na kupuvaĉite "conditio sine qua non" marketinŹka koncepcija.

Osnovnite razliki pomeĉu preprijatijata orientirani sprema proizvodstvoto i preprijatijata orientirani sprema marketingot go dava slednioto pregled:

Pregled: na glavnite razliki pomeĉu preprijatijata orientirani kon proizvodstvoto i preprijatijata orientirani kon marketingot

Karakteristiki

Rabotni elementi i funkcii Preprijatija nakloneti kon marketingot Preprijatija nakloneti kon proizvodstvoto Pridones vo preprijatioto ili raboteweto Rakovodewe i upravuvawe Preovladuva interesot na proizvodstvoto Preovladuva liĉnioto interes na preprijatioto

Marketing

Proizvodstvo Ekspertite na marketingot na najvisokiot stepenik od Hierhalievata skala

Ekspertite za proizvodstvo i planirawe na najvisokiot stepen od Hierhalievata Proizvodstvena linija(Źirina na asortimanot) Źiroka Tesna Marketing

Proizvodstvo Proizvodstvo i prodaŹba na onie proizvodi koi dobro se prodavaat

ProdaŹba na toa Źto se proizveduva Organizacija Decentralizacija Centralizacija Marketing

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŹETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŹETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com