

Секция 2

ОПЫТ И ПРОБЛЕМЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАРКЕТИНГА

О.Г. Аниськова

Гомельский кооперативный институт

ВЗАИМОСВЯЗЬ СТРАТЕГИИ МАРКЕТИНГА И СТРАТЕГИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Маркетинг — это философия производства и продвижения продукта, следовательно, стратегия маркетинга — стратегия развития производственного предприятия. Поэтому о взаимосвязи стратегии маркетинга и стратегии коммерческой деятельности торгового предприятия целесообразно говорить на этапе продаж и продвижения товаров.

Реклама, стимулирование сбыта, персональная продажа тесно связаны с коммерческой деятельностью.

В сложившихся рыночных условиях реклама кроме информативной функции стала выполнять и коммуникативную, обеспечивая “обратную связь” производства с рынком и покупателем.

Стимулирование сбыта направлено на поощрение покупки или продажи товара.

Персональная продажа может рассматриваться в двух аспектах: с одной стороны, это средство налаживания планируемых взаимоотношений с покупателями; с другой, непосредственное осуществление сбытовых операций.

В свою очередь маркетинговая деятельность непосредственно зависит от коммерческой деятельности торговых предприятий, так как она строится на изучении результатов коммерческой деятельности (информация о реализации товаров в оптовых и розничных торговых предприятиях).

Н.Н. Анохина

БГЭУ (Минск)

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ

Экономическая эффективность маркетинга, понимаемая как измеримая разность результатов и затрат при использовании тех или