

1) Удосконалення товару. Головна думка цієї концепції у тому, що організація повинна покращувати якість товару, бо саме на такий товар покупці звертають увагу.

2) Удосконалення виробництва. Суть її у тому, щоб зосередитись на покращенні виробництва, бо споживачі схильні придбати товар, який доступний за ціною та має широке поширення.

3) Інтенсифікація комерційних продажів – покращення сфери стимулювання та збуту.

4) Концепція маркетингу говорить про те, що найголовніше – це визначити потреби ринків та забезпечення їх задоволеності більш ефективними засобами. Об'єктом є споживачі фірми та їх потреби.

5) Соціально-етичний маркетинг. Головною метою є встановлення потреб цільових ринків та забезпечення їх задоволеності паралельно зі збереженням благополуччя суспільства. Ця концепція звертає увагу на охорону навколишнього середовища, недостатню кількість природних ресурсів та інші проблеми суспільства.

6) Маркетинг відносин – об'єктом є комунікації зі споживачами та іншими учасниками куплі-продажу.

7) Концепція міжнародного маркетингу передбачає роботу на міжнародному ринку з метою просування товарів та послуг з орієнтацією на іноземних споживачів.

8) Концепція цілісного маркетингу – концепція, яка враховує всі взаємозалежності та звертає увагу та об'єднує всі деталі.

Отже, можна зробити висновок, що успіх компанії цілком залежить від політики маркетингу.

Література:

1. Еванс Дж.Р., Берман Б. Маркетинг. М.: Економіка, 1990. 350 с.
2. Григорьев М.Н., Краснова Е.Ю. Маркетинг продукции военного назначения: учебник. СПб.: Издательство Инфо-да, 2011. 435 с.
3. Багієв Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг. ОАО «Вид-во «Экономика»», 2001. 703 с.

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ НА РИНКУ ТОРГІВЛІ У ІНТЕРНЕТ МЕРЕЖІ

Тіщенко В.І.

*Науковий керівник: Попова А.М., к.т.н, доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Сучасні умови господарювання відтворили світові економічні процеси, а саме зміни у технологічному середовищі мають безпосередній вплив на соціально-економічні аспекти життя. Розвиток комунікацій викликав відповідне виникнення нового ринку нового ринку просування товарів і послуг через

мережу Інтернет. При цьому контакти відбуваються не тільки при просуванні товарів, а ще й в процесі перемовин за допомогою відео зв'язку у таких програмах, як наприклад Skype. Особиста відсутність у безпосередній близькості у процесі перемовин накладає специфічний відбиток на цей захід. Крім того у деяких Internet-магазинах використовують on-line перемовини для консультування та продажу товарів.

Культурні, регіональні та інші особливості мають свій вплив як на стиль ведення перемовин так і їх головні принципи. Розглянемо головні аспекти, що мають загальний характер перемовного процесу, незалежно від розташування, суб'єктивних та культурних факторів впливу:

Першим і головним правилом є стриманість. Так англійська школа бізнесу традиційно вказує на скромність та стриманість, бо від вміння контролювати свої вчинки залежить багато факторів. Першим і головним є сама робота у даному напрямку, крім того успіх в виконанні встановлених завдань, відсутність грубості у роботі з клієнтами чи партнерами;

Другим фактором є увага до співрозмовника чи співрозмовників. Спершу варто запам'ятати ім'я людини (або вивчити заздалегідь якщо можливо). Ставитися з розумінням до чужих потреб. Загалом, тактовність у спілкуванні дозволяє не втрачати можливості для просування у перемовинах, або як мінімум відстежувати зміни у співрозмовнику, його реченнях, відстежувати невербальні сигнали, що посилає тіло людини.

Третім не менш важливим фактором є спрощення. Всесвітня мережа в цьому питанні являє собою безумовного лідера: спрощуються інтерфейси сайтів та програм до інтуїтивно зрозумілих; зменшувати інформаційні повідомлення до зручного розміру, котрий зручно сприймати з невеликого по розміру екрану телефону чи планшета. При цьому спрощення не має торкнутися загальноприйнятих норм ввічливості: вітання з усіма присутніми (з тим хто включається в on-line розмову). Так прості умови, що не є «новими» дозволять спростити роботи та покращити сприйняття Вашими співрозмовниками інформацію, що Ви прагнете донести. Подальші розробки цього напрямку дозволять підвищити успішність Ваших дій на ринку, перемовин при заключенні угод та здобути нових постачальників та клієнтів. Зробивши прості зміни можна значно збільшити свою ефективність роботи та подолати ускладнення при їх виникненні.

РОЛЬ МАРКЕТИНГУ В ЕКОНОМІЧНОМУ ЗРОСТАННІ ПІДПРИЄМСТВА

Тешинер І.С.

*Науковий керівник: Попова А.М., к.т.н, доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Сучасний світ диктує нові умови господарювання, які у свою чергу впливають на всі сфери роботи підприємств.