

## **СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К ПРИМЕНЕНИЮ КОНЦЕПЦИИ МАРКЕТИНГ-МИКС НА ПРЕДПРИЯТИИ**

Студенка гр. 113629 Царик Д.Г.

Ст. преп. Третьякова Е.С.

Белорусский национальный технический университет

Термин маркетинг-микс был впервые представлен в 1953 Нилом Борденом в президентском обращении к Американской маркетинговой ассоциации. Специалиста по маркетингу он описал как человека, комбинирующего в своей работе различные элементы. Соответственно под термином маркетинг-микс понималось определенное сочетание этих элементов. Предполагалось, что разнообразное сочетание элементов может приводить к различным результатам деятельности на рынке.

Маркетинг-микс, как правило, охватывает мероприятия по четырем составляющим тактической деятельности:

Товар (вариации с ассортиментом продукции и потребительскими свойствами: технические параметры, дизайн, упаковка, сервис, доставка и т. п.);

Цена (установление цен, оптимальных с точки зрения соотношения выгод компании-продавца и покупателя, а также скидок на цену продукта для разных случаев и разных групп покупателей);

Место продаж (выбор каналов распределения, компаний-дистрибьюторов, подбор торговых точек и т. п.);

Продвижение (такие направления действий, как разработка и осуществление рекламных мероприятий, стимулирование сбыта, организация связей с общественностью и персональных продаж).

Маркетинг-микс – набор поддающихся контролю переменных факторов, совокупность которых позволяет решить маркетинговые задачи в отношении целевых рынков.

Длительное время специалисты относили элементы маркетинг-микса исключительно к уровню тактических решений.

Тактика маркетинга – конкретные действия, выполняемые с целью реализации заданной маркетинговой стратегии.

Сейчас уровень принятия маркетинговых решений не позволяет делать такое ограничение. Все элементы маркетинг-микса должны также содержать стратегический уровень для обеспечения системы долгосрочного планирования инвестиционных программ.

Изменения, произошедшие с маркетингом с начала шестидесятых годов, вызвали споры о составе элементов и предложения о расширении комплекса