

ОСНОВЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРА КАК ВАЖНЫЙ ЭЛЕМЕНТ МАРКЕТИНГА

Горбулинская А. С., студент
Научный руководитель – Бойкачева Е. В., ст. преподаватель
каф. «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»
Белорусский государственный университет транспорта,
г. Гомель, Республика Беларусь

Важной составной частью товародвижения является система продвижения товара. В условиях современного рынка недостаточно произвести хороший товар, определить ему цену и вывести на рынок. Для успешного существования его на рынке необходимы меры по продвижению [1, с 9]. Мероприятия, направленные на повышение эффективности продаж через коммуникативное воздействие на персонал, партнеров и потребителей и есть продвижение, которое преследует двоякую цель: активацию потребительского спроса и поддержание благоприятного отношения к компании. При этом продвижение выполняет в маркетинге целый ряд важнейших функций: выделение конкретного товара из всей товарной массы: информирование потребителей о товаре, поддержание популярности существующих товаров, объяснение цены товара, т. д., поддержание популярности товаров и услуг, здесь речь идет о напоминании потребителям о важности и нужности в их жизни предлагаемого товара.

Из четырех главных "ингредиентов" маркетинга - товара, цены, продвижения и распределения именно понятие "продвижение" чаще всего ассоциируется в сознании людей с маркетинговой деятельностью. Мероприятия по продвижению оказывают серьезное влияние на судьбу товара на конкретном рынке.

Список литературы:

1. Баклакова, В. В. Структура и особенности рынка услуг. Формирование благоприятного инвестиционного климата в сфере сервиса: учеб пособие/ В.В. Баклакова // Международный студенческий научный вестник. – 2015. – №1. – С. 9-16