

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 zgolemuwawe na moŹnosta za proizvodstvo na stoki.

Pojavata na marketingot, istoriski gledano ograniĉena so stapuwaweto na razvoj na proizvodnite sili i opštestvenite celii, 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 prodavaĉii). Povisokiot stepen na sopstvenioto razvoj nametnuva promena na odnosot, proizvitel - pazar - potroŹuvaĉ. Razvitokot na proizvodnite sili ovozmoŹuva pogolema ponuda. Vo taa faza na razvojoj na marketingot raste vaŹnosta na organizacijata na prodajzata sluŹba na preprijatijata.

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

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 prodavaĉii se transformira vo pazar na kupuvaĉii. Toa znaĉi deka vo preprijatieto 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 ispituwawe.

Izrazot marketinŹka koncepcija, terminoloŹki i soдрŹinski go izrazuva pristapot koj se temeli na nauĉnioto pogled na deluwawe koj poaĉa od rabotnite aktivnosti ograniĉeni so maksimalno zadovoluwawe na potrebite (barawata, Źelbite i predlozite) na kupuvaĉite i potroŹuvaĉite.

Podmiruwawe na potrebite, pobaruwawata i potroŹuvaĉkata so maksimalen finansov efekt kako rezultat na zadovoluwawe na potrebite na kupuvaĉite "conditio sine qua non" marketinŹka koncepcija.

Osnovnite razliki pomeĉu preprijatijata orientirani sprema proizvodstvoto i preprijatijata orientirani sprema marketingot go dawa 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 preprijatieto ili raboteweto Rakovodewe i upravuwawe Preovladuva interesot na proizvodstvoto Preovladuva liĉnioto interes na preprijatieto

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 prodajba na onie proizvodi koi dobro se prodavaat

Prodajba na toa Źto se proizveduva Organizacija Decentralizacija Centralizacija Marketing

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

[www.maturskiradovi.net](http://www.maturskiradovi.net)

**MOŹETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: [maturskiradovi.net@gmail.com](mailto:maturskiradovi.net@gmail.com)**