



ЗНАЧЕНИЕ МАРКЕТИНГА В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ

*Андижанский городской политехнический институт №2, Основы
предпринимательской деятельности,*

Мамажонов Дилноза

Аннотация: В статье рассматриваются основные принципы и особенности маркетинга — одной из основных отраслей экономики, а также значение маркетинга в рыночных условиях.

Ключевые слова: маркетинг, рынок, интернет-рынок, потребитель, экономика, бренд, спрос, предложение, реклама.

ВВЕДЕНИЕ

В нынешнюю эпоху глобализации население мира потребляет все больше и больше. Наряду с традиционным рынком развиваются и интернет-рынки. Во всех этих обстоятельствах два рынка вынуждены конкурировать друг с другом. Тот из них, кто лучше поймет правила маркетинга и адаптирует их к современному рынку, добьется большего успеха.

Маркетинг — это стратегическая деятельность, направленная на изучение потребностей рынка, удовлетворение нужд потребителей и эффективную продажу товаров и услуг. В современной рыночной экономике маркетинг играет решающую роль в обеспечении успеха и конкурентоспособности предприятий.

ГЛАВНАЯ ЧАСТЬ

Основная задача маркетинга — обеспечить успешную коммуникацию между потребителем и рынком. Целью является обеспечение долгосрочного сотрудничества не только путем продажи продукции, но и удовлетворения потребностей потребителей.



Значение маркетинга в рыночных условиях:

1. Повышение конкурентоспособности:

В современной глобализированной экономике конкуренция очень жесткая, и предприятия постоянно стремятся укрепить свои позиции на рынке. При правильном использовании маркетинговых стратегий компания может продемонстрировать свои преимущества перед конкурентами.

2. Изучение и удовлетворение потребностей клиентов:

Требования рынка быстро меняются. Маркетинговые исследования позволяют своевременно выявлять потребности, интересы и тенденции потребителей. Это помогает адаптировать продукты и услуги к потребностям клиентов.

3. Инновации и разработка продукции:

Маркетинг дает импульс видеть новые возможности на рынке и создавать новые продукты. Правильное позиционирование продукта на рынке является ключевым условием популяризации инноваций.

4. Увеличение прибыли:

Прибыль компании можно увеличить за счет правильного установления цен на продукцию или услуги, проведения эффективных рекламных кампаний и использования каналов коммуникации, подходящих для потребителей. Маркетинговая деятельность играет важную роль в общем управлении этим процессом.

5. Формирование и развитие бренда:

Одним из важнейших аспектов маркетинга является создание бренда и обеспечение его популярности среди потребителей. Сильный имидж бренда повышает доверие потребителей и обеспечивает их лояльность к компании.

Типы маркетинговых стратегий

1. Агрессивный маркетинг:



Он используется для достижения быстрого роста и вытеснения конкурентов с рынка. Данная стратегия направлена на выход на новые рынки или быструю продажу продукции.

2. Защитный маркетинг:

Направлено на сохранение существующих позиций. В этой связи важно укреплять качество продукции и отношения с клиентами.

3. Инновационный маркетинг:

Его цель — выводить на рынок новые идеи, технологии и продукты, чтобы опережать конкурентов.

4. Цифровой маркетинг:

Сегодня маркетинговая деятельность осуществляется через Интернет и социальные сети. Это позволяет вам быстро и эффективно охватить потребителей.

Социальная значимость маркетинга

Маркетинг важен не только для увеличения прибыли компании, но и для удовлетворения потребностей общества и решения социальных проблем. Например:

Защита окружающей среды: внесите вклад в защиту окружающей среды посредством маркетинга экологически чистой продукции.

Развитие образования: просвещение людей и привлечение внимания к социальным проблемам посредством информативной рекламы.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В рыночной среде маркетинг — это не просто инструмент продаж, а важная стратегическая деятельность, обеспечивающая долгосрочный успех предприятия. Благодаря эффективному маркетингу компании не только развивают свой бизнес, но и вносят вклад в развитие общества. Поэтому каждому предприятию необходимо тщательно изучать потребности рынка и внедрять современные маркетинговые технологии.



Маркетинг является одним из основных столпов рыночной экономики. Это важно не только для продажи или рекламы продукции, но и для изучения потребностей рынка, эффективного управления конкуренцией и завоевания доверия клиентов. В условиях глобализации и цифровизации современного мира значение маркетинга еще больше возросло, и он остается актуальным как стратегическое направление для каждого предприятия.

Список литературы:

1. Дмитриев О. Н. Системные основы маркетинга: Т.І. Системный маркетинг. — М.: ООО Изд-во «Гном и Д», 2002.
2. Определение маркетинга на сайте Американской Ассоциации Маркетинга Архивная копия от 8 декабря 2023 на Wayback Machine
3. Архивная копия от 22 июня 2015 на Wayback Machine
Маркетинг: по специальности 080502 «Экономика и управление на предприятии ...» — стр. 23
4. Литвинов Н. Н. Бренд-стратегия территорий. Алгоритм поиска национальной идентичности (часть 1) // Бренд-менеджмент. — 2010. — № 4(53). — С. 244—255.
5. Калужский М. Л. Практический маркетинг: Учебное пособие / ОмГТУ. — 3-е, доп. и перераб.. — М.; Берлин: Директ-Медиа, 2017. — С. 22. — 185 с.