# Маркетинг, его понятие, цели и задачи, влияние на эффективность производства

Маркетинг — важная концепция в экономике, оказывающая непосредственное влияние на эффективность производства. Под ним понимается процесс создания, передачи, доставки и обмена предложениями, имеющими ценность для покупателей, клиентов, деловых партнеров и общества в целом. По сути, маркетинг работает над созданием условий, в которых организации могут более эффективно достигать своих целей, связывая их с целевыми рынками.

По своей сути маркетинг предполагает разработку рыночного продукта или услуги, удовлетворяющих потребности или желания клиентов. Он также включает в себя такие виды деятельности, как исследование и анализ тенденций и предпочтений потребителей; продвижение и рекламные кампании; ценовые стратегии; разработка продуктов или услуг; каналы распределения; управление взаимоотношениями с клиентами (CRM); стратегии сегментации; взаимодействие с социальными сетями и другие виды деятельности. Кроме того, он включает в себя деятельность по связям с общественностью, такую как выпуск пресс-релизов и общение с заинтересованными сторонами.

Целью маркетинга является повышение осведомленности потенциальных клиентов о предложениях организации для увеличения объемов продаж и создания положительного имиджа бренда на целевых рынках. Кроме того, создавая лояльных клиентов с помощью эффективных маркетинговых инициатив, компании могут ограничить текучесть кадров, что приводит к увеличению затрат на привлечение клиентов с других рынков или из других источников, и одновременно вовлечь существующих клиентов в дальнейший путь к повторным покупкам. Кроме того, исследования показали, что эффективные маркетинговые методы помогают увеличить долю рынка за счет повышения узнаваемости предложений по сравнению с продукцией и услугами конкурентов, что часто приводит к повышению уровня продаж, а также к повышению эффективности производства за счет увеличения объемов, обусловленного ростом потребительского спроса на продукцию и услуги, предлагаемые организацией.

В дополнение к экономическим преимуществам, связанным с эффективным управлением маркетингом, было обнаружено, что эти инициативы имеют различные экологические преимущества, такие как сокращение отходов, образующихся при производстве товаров и услуг с более низкой себестоимостью за счет эффективного использования ресурсов в результате внедрения различных процессов повышения эффективности среди сотрудников, задействованных на различных этапах производственных операций, а также использование экологически чистых материалов в процессе производства, что приводит к уменьшению количества отходов. Экологически чистые материалы в процессе производства ведут к сокращению выбросов загрязняющих веществ в атмосферу, что способствует снижению общей деградации окружающей среды, от которой сегодня страдает наша планета, в основном из-за уровня токсичности, вызванного безответственным поведением человека, не заботящегося о последствиях для экосистем на просторах Земли.

В заключение следует отметить, что, хотя многие считают маркетинг еще одним средством, с помощью которого бизнес стремится получить прибыль, его значение выходит далеко за рамки финансовой выгоды, но включает в себя такие элементы, как этика и социальная ответственность в рамках необходимых мер, которые бизнес должен принимать в настоящее время, чтобы продолжать преобладать в конкурентной борьбе в современный цифровой век, где ресурсы стали дефицитными, если вообще существуют, на фоне необходимости постоянно разрабатывать инновационные решения в соответствии с постоянно меняющейся динамикой отрасли, чтобы оставаться успешным в долгосрочной перспективе, а также способствовать снижению общей нагрузки на экосистемы естественной среды обитания, поэтому программное заявление должно включать декларации, связанные с посвящением устойчивых усилий сохранению окружающей среды во все времена и защите будущих поколений.