

УДК 658.8

## ОСОБЕННОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ КОНЦЕПЦИИ МАРКЕТИНГА

*Подсекаева П.Р., студентка 2 курса экономического факультета  
Научный руководитель - Сухочева Н.А., к.э.н., доцент  
ФГБОУ ВО Орловский ГАУ*

**Ключевые слова:** маркетинг, концепция, рынок, производство, конкуренция.

*Работа посвящена выявлению сущности производственной концепции маркетинга. Проведен анализ основных принципов, благодаря которым товары хорошо входят на рынок и легко на нем реализуются.*

С момента возникновения термина «маркетинг» сначала прошедшего века, прошло более 100 лет. Естественно, что за время выделения маркетинга как направления в науке управления, осознание маркетинга и трактовка задач стоящих перед ним изменялись. Маркетинг является важным инструментом установления коммуникаций между производителем и покупателем. Сегодня почти не осталось пустующих рынков, поэтому везде приходится бороться с конкурентами и искать приемы, которые бы помогли повысить продажи. Исходя из этого, основная цель маркетинговой концепции – формулировка задач, которые нужно решить, чтобы прийти к желаемым показателям. Концепция маркетинга позволяет компании подстроиться под изменчивые условия рынка, помогает управлять спросом и является важнейшим инструментом стратегического планирования [1].

Производственная концепция маркетинга является одной из первых стратегических концепций маркетинговой деятельности. Основной целью этой концепции является совершенствование производства товаров за счет совершенствования производственного процесса и повышения эффективности системы распределения продукции. Данная концепция характеризуется производством и сбытом серийной продукции по доступной цене, за счет снижения издержек производства и реализации товара [2], что способствует формированию и развитию конкурентных преимуществ [3].

В таблице 1 представим сущность производственной концепции маркетинга.

Для успешного использования концепции производства необходимы определенные предпосылки, основанные на приоритетном рассмо-

**Таблица 1 - Производственная концепция маркетинга**

Сущность концепции	Любой товар будет пользоваться спросом, если он доступен по цене и широко представлен на рынке
Особенности концепции	Деятельность фирмы ориентирована только на возможности производства (не на потребности общества)
Способ достижения цели	Снижение себестоимости достигается путем увеличения производства и производительности труда
Современные условия применения	Товары массового спроса, рынок большой емкости
Недостатки	Узость товарного ассортимента на фоне роста производительности труда и объемов производства приводит к насыщению и перенасыщению рынка

трении причинно-следственных связей между формирования рынка [4]. Очевидным является отсутствие жесткой конкуренции на данном товарном рынке. При наличии конкурентов и острой борьбы между ними за потребителя, данная концепция не сможет обеспечить изготовителю достойные аргументы. Снижение цен - это наиболее простой и наиболее доступный метод конкурентной борьбы, который при чрезмерном им увлечении может привести к банкротству предприятия. Кроме того, одной из важных предпосылок успешного применения анализируемой концепции является наличие большой емкости товарного рынка. Причем рынок должен быть ненасыщенным. Только в этих условиях изготовитель может спокойно работать над совершенствованием производства выпускаемой им продукции, не проявляя особого беспокойства по поводу возможностей ее сбыта [5].

Производственная концепция маркетинга очень актуальна в периоды экономического спада и во время финансового кризиса, когда люди начинают экономить и стараются приобрести товары «попроще».

Необходимо отметить, если предприниматель решил открыть бизнес и продвигать производственную концепцию маркетинга, то лучше всего делать это во время кризиса. Именно, сектор малого предпринимательства играет непосредственную роль в аграрной экономике страны и является потенциалом роста производства продукции и услуг [6]. Однако, преимущественно конкурентное ведение сельскохозяйственного производства невозможно без своевременной модернизации управления [7,8].

Таким образом, производственная концепция маркетинга позволяет подстроиться под изменения внешней среды за счет совершенствования производственного процесса и повышения эффективности системы распределения продукции.

*Библиографический список:*

1. Герасимов, Б.И. Маркетинговые исследования рынка: Учебное пособие / Б.И. Герасимов, Н.Н. Мозгов. - М.: Форум, 2013. - 336 с.
2. Андрейчиков, А.В. Системный анализ и синтез стратегических решений в инноватике: Основы стратегического инновационного менеджмента и маркетинга: Учебное пособие / А.В. Андрейчиков, О.Н. Андрейчикова. - М.: КД Либроком, 2013. - 248 с.
3. Грудкина Т.И. Формирование субъектами агробизнеса конкурентных преимуществ на основе инноваций: региональный опыт, стратегия // Креативная экономика. 2014. - № 10 (94). - С. 22-31.
4. Дударева А.Б., Кравченко Т.С. Особенности воспроизводства и обменных процессов в АПК // Аграрная Россия. 2014. № 7. С. 18-22.
5. Тюрин, Д.В. Маркетинговые исследования: Учебник для бакалавров / Д.В. Тюрин. - М.: Юрайт, 2013. - 342 с.
6. Кравченко Т.С., Сухочева Н.А. Стратегические направления развития КФХ в рамках государственной программы поддержки малых форм хозяйствования // Экономика и предпринимательство. 2013. № 12-2 (41-2). С. 475-481.
7. Suhocheva N.A., Grudkina T.I. Modernization of management in dairy farming industry to ensure food quality // Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences. 2017. Т. 62. № 2. С. 263-274.
8. Самусев А.А., Сухочева Н.А. Эффективность методов обучения персонала в условиях организационных изменений // В сборнике: Современная наука: теоретический и практический взгляд. Сборник статей Международной научно-практической конференции. Ответственный редактор: Сукиасян Асатур Альбертович. 2015. С. 86-88.

## FEATURES OF PRODUCTION CONCEPT OF MARKETING

*Podsekaeva P. R*

**Key words:** *marketing, concept, market, production, competition.*

*The work is devoted to identifying the essence of the production concept of marketing. The analysis of the basic principles by which goods enter the market well and are easily realized on it is carried out.*