

მარკეტინგი, როგორც ბიზნესის ერთ-ერთი ფუნქცია

სალომე ზაქაიძე  
გუგა დათუკიშვილი  
ლაშა ფრუიძე

*სამაგისტრო პროექტის ანგარიში წარდგენილია ილიას სახელმწიფო  
უნივერსიტეტის  
ბიზნესის სკოლაში*

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: დიმიტრი აბულაძე

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2016

## სარჩევი

ანოტაცია .....	1
შესავალი .....	2
თავი 1. მარკეტინგის არსი და ფუნქციები .....	4
თავი 2. საბაზრო ეკონომიკაზე ორიენტირებული საწარმოო პოლიტიკის ძირითადი პრინციპები	7
თავი 3. ბაზარი - მარკეტინგის ობიექტური ეკონომიკური საფუძველი .....	10
თავი 4. სასაქონლო პოლიტიკის არსი და მისი შემუშავება .....	15
თავი 5. მარკეტინგული ღონისძიებების სტრატეგიული დაგეგმარება .....	19
თავი 6. მარკეტინგული საქმიანობის ინფორმაციული უზრუნველყოფა.....	24
თავი 7. სამომხმარებლო საქონლის შეძენის პროცესი;.....	33
თავი 8. პროდუქტი და ინოვაციური პოლიტიკა.....	36
თავი 9. საბაზრო ფასების ფორმირების მექანიზმი .....	40
თავი 10. ინტეგრირებული მარკეტინგული კომუნიკაციები .....	45
დასკვნა .....	51

## ანოტაცია

*თემის აქტუალობა.* სხვა ბიზნეს ფუნქციებთან შედარებით მარკეტინგს ყველაზე მჭიდრო კავშირი აქვს მომხმარებელთან. მარკეტინგი, როგორც ბიზნესის ერთ-ერთი ფუნქცია XXI საუკუნეში მოიაზრება, როგორც აზროვნების სტილი და აზროვნების ფილოსოფია. შესაბამისად, ეს სფერო მოითხოვს საფუძვლიან კვლევას, ძიებასა და მარკეტინგის თეორიული კონცეფციების ემპირიულ გამოცდას. მსოფლიოს დღევანდელი ბაზარი იმდენად კონკურენტულია, მხოლოდ წარმოების ფაქტორების ოპტიმალური გამოყენებით, იაფი შრომითი რესურსებითა და ეკონომიკური მაჩვენებლების რენტაბელური შედეგით წარმატებას ვერ მივაღწევთ, თუ არა მარკეტინგული ღონისძიებების ეფექტური სტრატეგია. მარკეტინგული სტრატეგია კი ბაზრის შესწავლასა და შემდგომ გასაღების ინოვაციურ პოლიტიკას გულისხმობს.

*თემის მიზანია* დავადგინოთ მარკეტინგის მეცნიერების „ჭეშმარიტი“ არსი და დავამსხვრიოთ ის აზრი, თითქოს მარკეტინგი მხოლოდ „შესთავაზე და მიყიდე“-ს პრინციპზეა აგებული. მარკეტინგი, პირველ რიგში, ორიენტირებულია მომხმარებელთა მოთხოვნილებების შესწავლასა და დაკმაყოფილებაზე. თემის მიზანია ასევე დავადგინოთ, თუ რა ახდენს გავლენას კლიენტის „მსყიდველობით პარიტეტზე“. *თემის შედეგი.* რაც უფრო ღრმად შევისწავლით მარკეტინგს, მით უფრო ღრმად დავრწმუნდებით, თუ რამდენად მნიშვნელოვანია ქვეყნის, ფირმის, საოჯახო მეურნეობისა თუ ცარკეული პიროვნებისათვის მარკეტინგული აზროვნება. ხშირ შემთხვევაში, მარკეტინგს აიგივებენ გასაღებასთან, რომელიც მარკეტინგის ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ფუნქციას წარმოადგენს. მარკეტინგში მთავარია წინამდებარე პროცესების ეფექტური მენეჯმენტის შექმნა, რომელიც უკვე შემდგომ უზრუნველყოფს ეფექტიანი გასაღების პოლიტიკას ბაზარზე.