

«У бизнеса всего две (и только две) основные функции — **маркетинг** и **инновации**. Именно маркетинг и инновации производят **результаты**, все остальное — издержки». Ф. Котлер 300 ключевых вопросов маркетинга, ЗАО «Олимп—Бизнес» Москва, 2006 г., с. 71.

### ГЛАВНЫЕ СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ЛЮБОЙ КОМПАНИИ:

- ПОЛОЖЕНИЕ НА РЫНКЕ;
- КАЧЕСТВО КОМПАНИИ. (А.И. Пригожин)

### Цель бизнеса: рост и развитие приоритетных групп клиентов.

(А. И. Пригожин). Некоторые следствия этой цели - положение на рынке, уровень продаж, уровень прибыли.

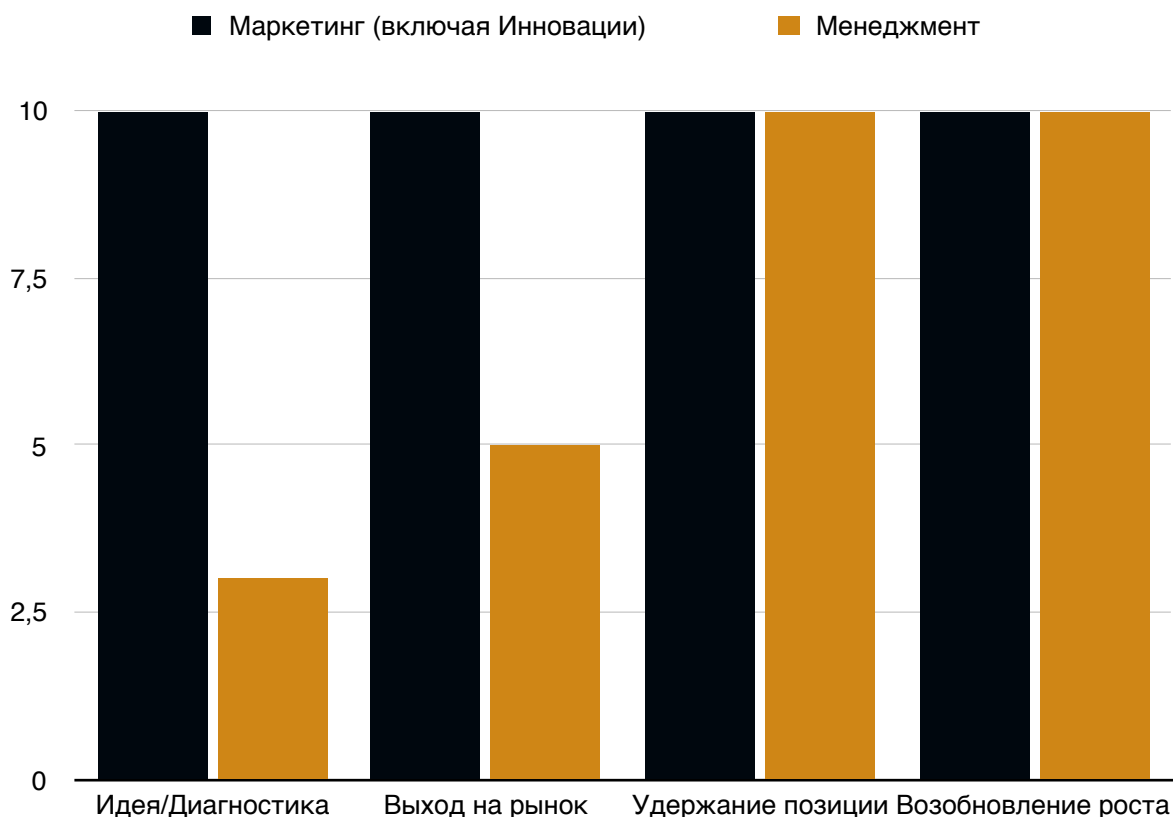
**Менеджмент** - процесс управления возникает там, где есть задача, решение которой требует взаимодействия между людьми. Необходимость управления возникает там, где есть цель и существует стратегия её достижения, деятельность которой, должна быть спланирована, скоординирована, сбалансирована, измерима и контролируема.

**Цель управления** - разработка и внедрение действий, ориентированных на рациональное достижение бизнес-целей в краткосрочной и долгосрочной перспективе.

**Маркетинг** - это совокупность процессов определения, создания, и последующей реализации продукта, имеющая цель удовлетворить человеческие или общественные потребности. Или так: Маркетинг - это непрерывный процесс поиска решений возникающих проблем клиентов и поиск своей конкурентоспособности.

**Цель маркетинга** - расширение клиентской базы, повышение воспринимаемой стоимости продукта.

Стадии развития функций в компании (идеальный вариант) по 10-ти бальной шкале



Подготовка к росту  
KalashnikovAndrey.ru

Развитие нематериальных ресурсов; Наведение порядка; Восстановление прибыльности.

Планирование роста; Вступление в новую игру;