

ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Με δεδομένο το μεγάλο αριθμό μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων (ως επί των πλείστων εμπορικών και τουριστικών) που λειτουργούν στη Λέσβο, είναι χρήσιμο να γίνει ξεχωριστή αναφορά για την εφαρμογή των αρχών και τεχνικών του σύγχρονου Marketing στις επιχειρήσεις αυτές. Θεωρητικά, η εφαρμογή των αρχών και των τεχνικών του Marketing στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις δε διαφέρει σε τίποτα από αυτή των μεγαλύτερων επιχειρήσεων. Στην πράξη όμως υπάρχει μεγάλη διαφορά. Ο προσωπικός χαρακτήρας της διοίκησης των περισσότερων μικρομεσαίων επιχειρήσεων, η έλλειψη βασικών γνώσεων γύρω από τη λειτουργία του Marketing, η δυσπιστία σχετικά με τα αναμενόμενα αποτελέσματα, καθώς και οι περιορισμένοι οικονομικοί και ανθρώπινοι πόροι έχουν ως αποτέλεσμα την παντελή απουσία ή, στην καλύτερη περίπτωση, την περιορισμένη εφαρμογή των αρχών και των τεχνικών του σύγχρονου Marketing στις επιχειρήσεις αυτές.

Παρόλα αυτά το ιδιαίτερο περιβάλλον και τα μοναδικά χαρακτηριστικά των μικρομεσαίων επιχειρήσεων έχουν σαν αποτέλεσμα τη διαφοροποίηση του συμβατικού Marketing, αυτού δηλαδή που εφαρμόζεται στις μεγάλες επιχειρήσεις. Αυτά τα χαρακτηριστικά αναφέρονται στην ιδιαιτερότητα του τρόπου διοίκησης (management style) των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, στην έλλειψη χρηματοδοτικών πόρων, **στην έλλειψη υψηλά εξειδικευμένων στελεχών του Marketing και στην περιορισμένη επιρροή τους στην αγορά.**

Πιο συγκεκριμένα στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις παρατηρείται το συχνό φαινόμενο του ιδιοκτήτη-manager, ο οποίος στην πλειονότητα των περιπτώσεων είτε δεν έχει καθόλου γνώση περί Marketing, είτε η γνώση του χαρακτηρίζεται ως ανεπαρκής. Επιπλέον, η έλλειψη χρηματοδοτικών ικανοτήτων αναγκάζει τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις είτε να μην εφαρμόζουν καμία τεχνική του Marketing, είτε να εφαρμόζουν αρκετά πρωτόλειες τεχνικές. Αυτό καθιστά το Marketing στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις να βασίζεται κυρίως στην τυχειότητα και να έχει συνήθως μία άτυπη μορφή. Τα τελευταία χρόνια οι τεχνικές του Marketing που υιοθετούν η πλειονότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων αφορά κυρίως το διαδικτυακό Marketing και το ηλεκτρονικό εμπόριο. Τέλος από πρόσφατα στοιχεία του της ηλεκτρονικής πλατφόρμας του ΟΑΕΔ, προκύπτει ότι η αναζήτηση στελεχών marketing και πωλήσεων βρίσκεται στην πρώτη θέση των επιλογών των επιχειρήσεων όχι μόνο στην περιφέρεια Βορείου Αιγαίου αλλά και στις περισσότερες περιφέρειες σε εθνικό επίπεδο.

Από τα παραπάνω εύκολα μπορεί να κατανοήσει κανείς τους λόγους που οδήγησαν το ΔΙΕΚ Μυτιλήνης να επιχειρήσει να εντάξει στο πρόγραμμα σπουδών του την ειδικότητα «Στέλεχος Εμπορίας, Διαφήμισης και Προώθησης Προϊόντων (Marketing)».

ΣΥΝΤΟΜΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ (PROFILE)

Ο ειδικός "Marketing" απόφοιτος ΙΕΚ με τις εξειδικευμένες γνώσεις και δεξιότητες που έχει αποκτήσει κατά την εκπαίδευσή του, εφαρμόζει την επιστήμη και τις τεχνικές του Marketing για να υλοποιήσει αποτελεσματικά τα προγράμματα και τις αποφάσεις των ανωτέρω στελεχών που αναφέρονται στο σχεδιασμό και ανάπτυξη προϊόντων, στην προώθηση και προβολή τους καθώς και στην επιλογή και ανάπτυξη

των δικτύων διανομής και διάθεσης των προϊόντων. Απασχολείται σε Τμήματα ή Διευθύνσεις της εμπορικής λειτουργίας, των επιχειρήσεων του δημοσίου ή ιδιωτικού τομέα.

ΑΝΑΛΥΤΙΚΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ

Η ειδικότητα βασίζεται στις εξειδικευμένες γνώσεις:

- της επιστήμης του marketing και των διαδικασιών και πρακτικών της αγοράς
- των μεθολογιών σε θέματα ερευνών marketing
- επεξεργασίας στατιστικών δεδομένων

Είναι το στέλεχος που υλοποιεί, με τις οδηγίες και επίβλεψη του προϊσταμένου του τις αποφάσεις και τον προγραμματισμό που αναφέρονται στο σχεδιασμό και ανάπτυξη προϊόντων στην προώθηση και προβολή τους, καθώς και στην επιλογή και ανάπτυξη των δικτύων διανομής και διάθεσης προϊόντων.

Ο ρόλος του μέσα στην Εμπορική λειτουργία κάθε οργανισμού είναι συμπληρωματικός. Υποστηρίζει πρακτικά και εκτελεί προγράμματα και αποφάσεις που εφαρμόζουν τα Τμήματα και οι Διευθύνσεις της Εμπορικής λειτουργίας των επιχειρήσεων του ιδιωτικού ή δημοσίου τομέα.

Ειδικότερα ο απόφοιτος διαθέτει τις απαιτούμενες δεξιότητες για να :

- Πραγματοποιεί έρευνες marketing (συλλέγει, μελετά και επεξεργάζεται τα πρωτογενή στοιχεία και πληροφορίες που αφορούν τον καταναλωτή τον προμηθευτή, τον ανταγωνισμό, τους μεσολαβητές τα διαφημιστικά μέσα και την αποτελεσματικότητα τους κλπ)
- Αναλύει την κίνηση της αγοράς και προβλέπει τον όγκο πωλήσεων
- Πραγματοποιεί ελέγχους σχετικούς με τις πωλήσεις, τους πωλητές και τις μεθόδους πωλήσεων
- Συμμετέχει στις διαδικασίες σχεδιασμού, εισαγωγής και ανάπτυξης νέου προϊόντος στην αγορά
- Συγκεντρώνει στοιχεία για τις πωλήσεις, το κέρδος και τις επενδύσεις
- Συμμετέχει στη διαδικασία τιμολόγησης του προϊόντος
- Συνεργάζεται με τους ειδικούς για τη διαφήμιση προβολή και προώθηση των προϊόντων
- Εφαρμόζει τεχνικές προώθησης των πωλήσεων
- Εφαρμόζει πρακτικές δημοσίων σχέσεων για την προώθηση του κύρους του οργανισμού
- Πραγματοποιεί πωλήσεις τελικού προϊόντος