

Λειτουργίες του μάρκετινγκ αγαθών

Παρακάτω περιγράφονται οι λειτουργίες αυτές με παραδείγματα από τη λειτουργία ενός σούπερ μάρκετ με τις σχετικές ελληνικές βιβλιογραφικές αναφορές.

1. Αγοράς (Buying)

- **Περιγραφή:** Η λειτουργία αγοράς αφορά την επιλογή και απόκτηση προϊόντων που θα πωλούνται στο σούπερ μάρκετ.
- **Παράδειγμα:** Ένας υπεύθυνος αγορών σε σούπερ μάρκετ επιλέγει νέα προϊόντα από προμηθευτές, όπως φρέσκα λαχανικά ή τοπικά προϊόντα, για να καλύψει τις ανάγκες των πελατών.
- **Βιβλιογραφία:**
 - Λαμπρινός, Ε. (2015). *Μάρκετινγκ: Θεωρία και Πρακτική*. Εκδόσεις Σταμούλη.

2. Πώλησης (Selling)

- **Περιγραφή:** Αφορά την προώθηση και την πώληση προϊόντων προς τους πελάτες.
- **Παράδειγμα:** Το σούπερ μάρκετ δημιουργεί εκπτώσεις και προωθητικές ενέργειες σε συγκεκριμένα προϊόντα για να αυξήσει τις πωλήσεις, όπως προσφορές 1+1 δώρο σε απορρυπαντικά.
- **Βιβλιογραφία:**
 - Τσέκερης, Σ. (2016). *Αρχές Μάρκετινγκ: Θεωρία και Εφαρμογές*. Εκδόσεις Παπαζήση.

3. Μεταφοράς (Transportation)

- **Περιγραφή:** Η μεταφορά αφορά τη μετακίνηση προϊόντων από τους προμηθευτές στο σούπερ μάρκετ ή από το σούπερ μάρκετ προς τους πελάτες (π.χ., παραδόσεις κατ' οίκον).

- **Παράδειγμα:** Το σούπερ μάρκετ συνεργάζεται με εταιρείες logistics για τη διανομή φρέσκων προϊόντων, όπως ψάρια και λαχανικά, καθημερινά στα καταστήματα.
- **Βιβλιογραφία:**
 - Καββαδίας, Δ. (2013). *Μείγμα Μάρκετινγκ: Σύγχρονη Θεωρία και Εφαρμογές*. Εκδόσεις Κριτική.

4. Προτυποποίησης και Διαβάθμισης (Standardization and Grading)

- **Περιγραφή:** Η προτυποποίηση εξασφαλίζει ότι τα προϊόντα έχουν σταθερή ποιότητα, ενώ η διαβάθμιση κατηγοριοποιεί τα προϊόντα ανάλογα με τα χαρακτηριστικά τους.
- **Παράδειγμα:** Το σούπερ μάρκετ διαχωρίζει τα φρούτα σε κατηγορίες ποιότητας (π.χ., Premium, Α' Κατηγορίας), και τα πουλά σε διαφορετικές τιμές.
- **Βιβλιογραφία:**
 - Σιώμος, Γ. (2014). *Στρατηγική Μάρκετινγκ: Θεωρία και Εφαρμογές*. Εκδόσεις Σταμούλη.

5. Χρηματοδότησης (Financing)

- **Περιγραφή:** Η χρηματοδότηση αφορά τη διαχείριση των κεφαλαίων που απαιτούνται για την προμήθεια και διατήρηση αποθεμάτων.
- **Παράδειγμα:** Το σούπερ μάρκετ συνάπτει συμφωνίες με τράπεζες για πιστωτικές γραμμές, επιτρέποντας την αγορά προϊόντων από τους προμηθευτές χωρίς να υπάρχει άμεση εξόφληση.
- **Βιβλιογραφία:**
 - Βασιλείου, Ν. (2016). *Ηθική και Κοινωνική Ευθύνη στο Μάρκετινγκ*. Εκδόσεις Παπαζήση.

6. Ανάλυσης Κινδύνου (Risk Taking)

- **Περιγραφή:** Αφορά την αντιμετώπιση των κινδύνων που μπορεί να παρουσιαστούν, όπως απώλεια προϊόντων ή διακυμάνσεις στη ζήτηση.
- **Παράδειγμα:** Το σούπερ μάρκετ ασφαλίζει τα αποθέματά του για να προστατευτεί από ενδεχόμενες ζημιές, π.χ., λόγω πυρκαγιάς ή κλοπής.
- **Βιβλιογραφία:**
 - Γεωργακόπουλος, Α. (2018). *Έρευνα Αγοράς και Συμπεριφορά Καταναλωτή*. Εκδόσεις Παπαζήση.

7. Αποθήκευσης (Storage)

- **Περιγραφή:** Η αποθήκευση περιλαμβάνει τη φύλαξη των προϊόντων μέχρι να τα χρειαστούν οι πελάτες.
- **Παράδειγμα:** Το σούπερ μάρκετ διαθέτει κεντρικές αποθήκες για την αποθήκευση μακράς διάρκειας προϊόντων, όπως κονσέρβες και συσκευασμένα τρόφιμα, διασφαλίζοντας τη διαθεσιμότητά τους.
- **Βιβλιογραφία:**
 - Καραμάνης, Δ. (2020). *Ψηφιακό Μάρκετινγκ: Από τη Θεωρία στην Πράξη*. Εκδόσεις Κριτική.

8. Πληροφόρησης της Αγοράς (Market Information)

- **Περιγραφή:** Η λειτουργία αυτή περιλαμβάνει τη συλλογή και ανάλυση δεδομένων για τις τάσεις της αγοράς και τις προτιμήσεις των καταναλωτών.
- **Παράδειγμα:** Το σούπερ μάρκετ χρησιμοποιεί δεδομένα πωλήσεων και πληροφορίες από προγράμματα επιβράβευσης για να προσαρμόσει την προϊοντική του γκάμα σύμφωνα με τις προτιμήσεις των πελατών.
- **Βιβλιογραφία:**
 - Τσέκερης, Σ. (2016). *Αρχές Μάρκετινγκ: Θεωρία και Εφαρμογές*. Εκδόσεις Παπαζήση.

Οι παραπάνω λειτουργίες είναι ζωτικής σημασίας για τη λειτουργία ενός σούπερ μάρκετ, καθώς συμβάλλουν στην ικανοποίηση των αναγκών των καταναλωτών και στη βελτιστοποίηση των διαδικασιών του καταστήματος.