

24 января 2013 года в конференц-зале ТПП ЧР состоялось первое мероприятие Ассоциации развития и поддержки маркетингов Чувашской Республике—заседание круглого стола на тему «Роль маркетинга в успешности компании».

В работе круглого стола приняли участие руководители и маркетологи ведущих промышленных предприятий республики, бизнесмены, представляющие различные сферы деятельности, преподаватели и студенты специальности «Маркетинг» Чувашского государственного университета, имени И.Н. Ульянова. Многие из присутствовавших руководителей являются участниками Президентской программы подготовки управленческих кадров.

Открыл круглый стол Президент Торгово-промышленной палаты ЧР Кустарин Игорь Владимирович. В своем выступлении он подчеркнул роль ассоциаций, создающихся при ТПП, в решении региональных социально-экономических проблем.

С приветственным словом выступила руководитель Ассоциации развития и поддержки маркетинга в ЧР Леонтьева Ирина Анатольевна, подчеркнув, что залогом успешности любой компании является качественный маркетинг. Ею были обозначены цель круглого стола – выявление и обобщение ключевых проблем в области маркетинга – и задачи, направленные на ее достижение:

- определение места маркетинга в деятельности организации;
- структуризация общих для всех организаций проблем в области маркетинговой деятельности;
- обмен опытом решения маркетинговых задач;
- формирование плана дальнейших мероприятий по развитию маркетинговых компетенций у руководителей организаций и работников маркетинговых служб.

Князев Анатолий Александрович – вице-президент ТПП ЧР, директор ЗАО НПФ «Реон-Техно» обратил внимание на необходимость комплексного применения инструментов маркетинга в управлении современной организацией, а также затронул вопросы подготовки специалистов в области отраслевого, прежде всего, промышленного маркетинга.

Шамис Михаил Александрович – генеральный директор ЗАО «ЭнЛАБ», один из первых маркетологов республики (в 1994-2001гг. – директор по маркетингу и продажам ООО «АББ Автоматизация») обозначил ряд проблем, в решении которых Ассоциация маркетинга могла бы сыграть положительную роль, а также поделился опытом постановки маркетинга с «нуля», когда о нем в России только начали говорить.

Своим опытом также поделился Данилов Анатолий Николаевич, работавший в 1999-2004 гг. в должности первого заместителя генерального директора – директора по маркетингу, развитию, производству и сбыту ОАО «Элара», в настоящее время – генеральный директор ОАО «Корпорация развития Чувашской Республики». Он привел несколько наглядных примеров об актуальности проведения маркетингового анализа перед реализацией бизнес-идеи.

Вахрушев Константин Эдуардович – вице-президент ТПП ЧР, руководитель проектов по продвижению техники ОАО «Четра-Промышленные машины» поддержал все вышесказанное и обратил внимание, что на их предприятии очень не хватает квалифицированных кадров в области маркетинга и выразил готовность сотрудничества с вузами в плане практической подготовки маркетологов.

Тимофеев Алексей Петрович – индивидуальный предприниматель (рекламный бизнес) внес предложение продвигать на рынки России и за рубеж бренды не только республиканских организаций, но и бренд Чувашской Республики.

Васильева Мария Альбертовна – директор РА «Живая Реклама» в своем выступлении сделала акцент на то, что грамотный маркетинг всегда экономит деньги предприятию путем выбора среди альтернативных решений оптимального, а также предложила налаживать контакты с ассоциациями других регионов.

Борцов Дмитрий Геннадьевич, руководитель Центра политических и маркетинговых исследований «Социс-М» поднял вопросы нехватки квалифицированных кадров, сотрудничества предприятий с исследовательскими компаниями, выведения маркетинга на аутсорсинг.

Своим опытом работы в сфере маркетинга поделилась Перцева Наталья Витальевна –

руководитель маркетингового направления «Замочно-скобяные изделия» ООО «ЖЕЛЕЗНАЯ МАНУФАКТУРА УРАЛА». В конце выступления она дала полезные советы студентам по поиску работы и определению профессиональной позиции.

Кутяшова Алла Юрьевна – начальник отдела маркетинга ОАО «Электроприбор» высказала мнение о нецелесообразности применения аутсорсинга маркетинга для предприятий со сложной технологией производства, имеющих свою специфику исследования рынка, поиска покупателя, формирования конкурентных преимуществ, и подчеркнула необходимость создания сильной маркетинговой службы на самом предприятии.

Все выступления сопровождались вопросами и активным обсуждением спорных мнений участников круглого стола. Это свидетельствует о том, что проблемы маркетинга вызывают сегодня живой интерес. И пока вопросов гораздо больше, чем ответов.

{gallery}novosty/2013/1/310113{/gallery}