

УДК 338

Скомська А. С.¹, Бондаренко О. В.²

¹ студ. гр. Е-214м ЗНТУ

² д-р філос. наук, проф. ЗНТУ

ФІЛОСОФІЯ МАРКЕТИНГУ

Маркетинг – організаційна функція та сукупність процесів створення, просування і надання продукту або послуги споживачам та управління взаємовідносинами з ними із зиском для організації; вид людської діяльності, спрямований на задоволення потреб за допомогою обміну.

У широкому сенсі призначення маркетингу полягає у «визначенні та задоволенні людських і суспільних потреб». Справедливо стверджувати, що

всі людські потреби вже давно виявлені та задовольняються якимось товаром або послугою. Невиявлених потреб – немає. І сутність маркетингу – змагання конкуруючих компаній за споживача.

Життя є бажанням, а бажання – майже тортури. Як тільки людина народжується, вона починає хотіти! І за ходою її дорослішання її бажання зростають. І доки бажання не здійснене, людина завжди відчуває дискомфорт від незадоволення. Але як тільки одне бажання виконується, свідомість людини народжує нове, яке є ще важчим для здійснення. І дискомфорт триває. Саме помірність бажань позбавляє людину від постійного незадоволення. Як відомо, хотіти легше, ніж не хотіти. Хотіти не потрібно себе примушувати, а не хотіти, навпаки, потрібно.

Можна стверджувати, що маркетинг – стихійна філософія, яка пронизала сьогодні всі структури суспільства, всі його сфери життя. Свідомо чи несвідомо, але сьогодні всі ми, все людство, не дивлячись на попередження найвидатніших мислителів, основоположників провідних світових релігій зокрема, стали жертвами й носіями цієї філософії, яка, поза всякими сумнівами, буде значною мірою визначати майбутнє людства у найближчі тисячі років.

Отже, центральна категорія філософії маркетингу – це людське бажання. Не споживач, не товар, не обмін, угода або ринок лежать у самому серці маркетингу – все це помилки. Людське бажання, потреба – ось справжня основа маркетингу, його наріжний філософський камінь.

Філософія маркетингу на сьогодні переросла рівень виявлення і задоволення бажань і досягла рівня їх створення! Людина у своїх бажаннях більш не належить собі. Кожен день кожна людина занурюється у благодатний ґрунт з вирощування власних бажань.

На сьогодні існує думка, що жодна філософська концепція не несла у собі більшої загрози людству, аніж філософія маркетингу. Під її впливом відбувається свого роду духовна дееволюція людства. Вона пропагує спрощені й навіть примітивні цінності, які легко отримати за гроші. Людина стає не в змозі пізнавати себе, реалізовувати себе як творчу особистість, що, за думкою філософів попередніх епох, є головною характеристикою Людини. Основна суть творчої діяльності в Товаристві споживання – створення потреб. На початку маркетинг створює те, що потім задовольняє. При цьому гроші завжди йдуть в одному напрямку: бажання – задоволення.

Сучасну світову економічну кризу, яка сколихнув все людство – можна назвати тільки першою кризою Товариства споживання, породженого філософією маркетингу. Бо філософія маркетингу спрямована не на задоволення людських потреб, а, перш за все, на їх створення.

Можна не надавати значення філософії маркетингу. Навіть заперечувати її як філософську концепцію. Просто не вірити своїм очам. Проте чи це на користь людству та кожній людині?