

## Marketing και Αρχαία Ελληνική Σκέψη

Αθήνα 24.Φεβ.2013

Η Οικονομική Επιστήμη απαρτίζεται από πολλά επιμέρους τμήματα. Παρακάτω θα γίνει μια φωτογράφιση της Οικονομικής Επιστήμης από τα πιο πρώιμα στάδια της, καταλήγοντας στην ανάδειξη του σημαντικότερου εργαλείου της το Marketing. Η Οικονομική Επιστήμη περιγράφει και καθορίζει τον τρόπο που συμπεριφέρεται η αγορά βασιζόμενη στο Marketing για να αποδώσει στην Οικονομία.

Ο Σωκράτης αντιλήφθηκε πρώτος την έννοια του Οικονομικού Ορθολογισμού και περιέγραψε την Οικονομική Επιστήμη όπως κατέγραψε ο Ξενοφώντας για λογαριασμό του Σωκράτη στο <<Οικονομικός>>. Μετά τον Σωκράτη έρχεται ο Αριστοτέλης να αναλύσει την έννοια της Οικονομικής Επιστήμης στα <<Πολιτικά>>. Εκεί κάνει μια συστηματική παρουσίαση της έννοιας των οικονομικών. Διαχωρίζει τη <<χρηματιστική>>, την τέχνη της απόκτησης αγαθών, που σκοπός της είναι η απόκτηση πλούτου και χρημάτων από την <<οικονομική>> την τέχνη της διαχείρισης του νοικοκυριού, των αγροκτημάτων και δηλαδή της σωστής χρήσης των αγαθών.

Έκτος από τον Σωκράτη και τον Αριστοτέλη άλλοι πολιτικοί και λόγιοι της εποχής αναλύουν την Οικονομική Επιστήμη σε έννοιες, ορισμούς και επιμέρους τμήματα. Θουκυδίδης, Ηρόδοτος, Δημόκριτος, Πιττακός, Πλάτωνας, Πίνδαρος και Επίκουρος είναι μερικοί από αυτούς.

Στις βασικές αρχές της οικονομικής συμπεριφοράς ο Πέτρος Γ. Δούκας στο βιβλίο του <<Οικονομικές Θεωρίες, Αρχές Διοίκησης και Αρχαία Ελληνική Σκέψη >> αναφέρεται πως, *«Κάθε αγορά (Market) είναι ένα φυσικό σύστημα, που δημιουργείται από την ανάγκη των ανθρώπων να ανταλλάξουν μεταξύ τους αγαθά, να τελειοποιήσουν τις ικανότητες τους και τα συγκριτικά τους πλεονεκτήματα, να προάγουν το συμφέρον τους και να ζήσουν καλύτερα.»*.

Η μετέπειτα εξελικτική πορεία των επιμέρους τμημάτων της Οικονομικής Επιστήμης ήταν ραγδαία με αποκορύφωμα την κατοχύρωση και την εξέλιξη της έννοιας του Marketing. Η σημασία του έγινε αισθητή και κατοχύρωσε τη θέση της στην παγκόσμια κλίμακα κατά τη διάρκεια του Β' Παγκοσμίου Πολέμου. Εκείνη την περίοδο πρωτοεμφανίστηκε και η έννοια της στρατηγικής μάρκετινγκ, η οποία χρησιμοποιήθηκε αρχικά για πολιτικούς λόγους (μετά το τέλος του πολέμου όσοι κατείχαν διοικητικές στρατηγικές θέσεις απορροφήθηκαν από μεγάλες εταιρείες ώστε να καταστρώνουν αποτελεσματικές στρατηγικές μάρκετινγκ.)

Στον Ελλαδικό χώρο το Marketing ως αντικείμενο σπουδών έκανε την εμφάνισή του τη δεκαετία του 70' όπου δημιουργήθηκαν και οι πρώτες σχολές Εμπορίας και

Διαφήμισης (Marketing) στην Τριτοβάθμια Εκπαίδευση μετά την μετονομασία των Κ.Α.Τ.Ε. και Κ.Α.Τ.Ε.Ε. σε Τεχνολογικά Εκπαιδευτικά Ιδρύματα (Τ.Ε.Ι.) σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη. Την ίδια εποχή ξεκίνησαν να μεταφράζονται τα πρώτα επιστημονικά συγγράμματα στα ελληνικά και να γράφονται νέα από Έλληνες συγγραφείς. Η δημιουργία αυτών των τμημάτων στα πλαίσια ενός Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος δίνει τη δυνατότητα όχι μόνο θεωρητικής προσέγγισης αλλά και πρακτικής. Πλέον στην Ελλάδα υπάρχουν συνολικά τέσσερα τμήματα Εμπορίας και Διαφήμισης (πλην του πρόσφατα καταργηθέντος τμήματος στην Αμαλιάδα), Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Ιεράπετρα και Άμφισσα.

### Τι είναι όμως το Marketing;

Με βάση τον Philip Kotler, τον διακεκριμένο ακαδημαϊκό και συγγραφέα του Marketing, στο σύγγραμμά του «Μάρκετινγκ-Μάνατζμεντ», αναφέρεται ότι:

«Το μάρκετινγκ βρίσκεται παντού. Άμεσα ή έμμεσα, οι άνθρωποι και οι οργανισμοί εμπλέκονται σε μεγάλο αριθμό δραστηριοτήτων που θα μπορούσαν να θεωρηθούν ως marketing. Το καλό marketing έγινε ήδη ζωτικό συστατικό της επιχειρηματικής επιτυχίας. Και το marketing επηρεάζει βαθιά την καθημερινή ζωή μας. Βρίσκεται σε κάθε τι που κάνουμε-από τα ρούχα που φοράμε, τις τοποθεσίες του διαδικτύου που επισκεπτόμαστε, μέχρι και τις διαφημίσεις που βλέπουμε.»

Η προσέγγιση του P. Kotler δίνει ένα μεγάλο εύρος έκτασης στο Marketing όχι μόνο ως αντικείμενο σπουδών αλλά και τρόπο σκέψης και συμπεριφοράς.

Με βάση την Αμερικανική Ένωση Μάρκετινγκ, το μάρκετινγκ ορίζεται ως εξής:

«Μάρκετινγκ είναι μια λειτουργία ενός οργανισμού και ένα σύνολο διεργασιών για τη δημιουργία, την επικοινωνία, και την παροχή αξίας σε πελάτες για τη διαχείριση των σχέσεων με τους πελάτες, με τρόπους επωφελείς για τον οργανισμό και για τις ομάδες που ενδιαφέρονται γι' αυτόν.»

Ο Peter Economides, παγκοσμίου φήμης ειδικός σε θέματα επικοινωνίας και στρατηγικής branding, στην ομιλία του στην Ε.Δ.Ε.Ε. μας δείχνει τη δυνατότητα αλληλεπίδρασης του μάρκετινγκ.

### *ΤΟ BRANDING ΕΙΝΑΙ Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΤΩΝ ΕΝΤΥΠΩΣΕΩΝ*

*Αν σας δείξω αυτή την εικόνα, τι σκέφτεστε; Διψάει κανείς; [απ το ακροατήριο: «Μπύρα;»] Μπύρα σε κόκκινο κουτάκι; [απ το ακροατήριο: «Coca Cola»] Coca Cola. Ποιά είναι η Coca Cola των τσιγάρων;[απ το ακροατήριο: «Marlboro»] Πως είπατε; Marlboro. Ποιά είναι τα Marlboro της βότκας; Ποιός είπε Smirnoff; Ποιός λέει Absolut? Σηκώστε χέρια. Εγώ θα πω Absolut. Η Absolut των αθλητικών παπουτσιών; [απ το ακροατήριο: «Nike»]. Εδώ συμφωνούμε – Nike. Τα Nike των coffee shops? Starbucks?. Τα Starbucks των μικρών αυτοκινήτων πόλης; [απ το ακροατήριο:*

«Smart»]. Το Smart της μύρας; [απ το ακροατήριο: «Bud»]Bud?! Heineken. Η Heineken των υπολογιστών... Apple – συμφωνούμε; Ωραία! Ποιά είναι η Apple της Μεσογείου; [απ το ακροατήριο: βαβούρα, δειλά ακούγεται «Ελλάδα»]Μπορώ να σας ακούσω, παρακαλώ; [απ το ακροατήριο: «Η Ελλάδα!»] Ευχαριστώ! ΕΛΛΑΔΑ

Το συμπέρασμα μας λοιπόν είναι ότι το Μάρκετινγκ, λοιπόν είναι ένα σύνολο από οντότητες οι οποίες αλληλεπιδρούν στις επιχειρήσεις και στο κοινωνικό σύνολο.

Μάρκετινγκ όπως αναφέραμε παραπάνω είναι ένα σύνολο από οντότητες και καλύπτει ένα μεγάλο εύρος γνώσεων. Γι' αυτό τον λόγο το μάρκετινγκ έχει διαχωριστεί σε είδη:

1. *B2B Marketin*
2. *Email Marketing*
3. *Mobile Marketing*
4. *Μάρκετινγκ Τουριστικών Προορισμών*
5. *Μάρκετινγκ Τροφίμων*
6. *Viral Marketing*
7. *Social Media Marketing*
8. *Internet Marketing/Advertising*
9. *Branding*
10. *Marketing Υπηρεσιών*
11. *Έρευνα Marketing*
12. *Affiliate Marketing*
13. *Πολιτικό Marketing*
14. *Τραπεζικό Marketing*
15. *Τουριστικό Marketing*
16. *Marketing Υπηρεσιών*
17. *Marketing Ήπιων Μορφών Τουρισμού*
18. *Βιομηχανικό Marketing*
19. *Marketing Χρηματοπιστοτικών Υπηρεσιών*
20. *Marketing Τόπου*
21. *Neuromarketing (Νευρομάρκετινγκ)*

Ποιος ο λόγος όμως να υπάρχουν τόσα είδη μάρκετινγκ και πώς μπορεί κάποιος να αξιοποιήσει κατάλληλα τις γνώσεις του;

Η απάντηση είναι η εξειδίκευση.

Η σημασία της εξειδίκευσης δεν είναι σύγχρονη τάση. Ο Όμηρος ήταν αυτός που προέβαλε τη σημασία της αποτελεσματικής εξειδίκευσης στα έργα του «Ηλιάδα» : «Δεν είναι δυνατόν να τα ξέρει κανείς όλα», και στην «Οδύσσεια» : «Οι θεοί δεν χορηγούν στους ανθρώπους όλες τις χάρες μαζί. Ούτε στο σώμα, ούτε στο μυαλό, ούτε στη ρητορική». Ακολούθησαν καταγραφές και τόνισαν τη σημασία της μετέπειτα σε έργα τους, ο Δημόκριτος, ο Ηρόδοτος, ο Ξενοφώντας και ο Πλάτωνας.

Στη σύγχρονη εποχή, όπως αναφέρει ο Oraclas σε άρθρο του στο musicheaven.gr, η εξειδίκευση ορίζεται :

*«Σαν εξειδίκευση ορίζεται η ειδική γνώση και η ικανότητα να αποφέρεις εξαιρετικά αποτελέσματα σε ένα συγκεκριμένο και στενά προσδιορισμένο πεδίο. Πιο συγκεκριμένα, η εργασία αναλύεται σε βήματα και κάθε βήμα ολοκληρώνεται από ΕΝΑ άτομο, το οποίο έχει ειδικευτεί να κάνει αυτή τη δραστηριότητα.»*

Εν κατακλείδι το Marketing είναι μια ζωντανή έννοια η οποία όχι μόνο συμβάλει στην οικονομική ευημερία αλλά και προάγει την αυξημένη αντίληψη και δημιουργικότητα της σκέψης καθώς και τη δυνατότητα ανάπτυξης καινοτόμων ιδεών. Είναι ένας τομέας ο οποίος εξελίσσεται με ραγδαίες ταχύτητες, για τον λόγο αυτό απαιτείται συνεχής έρευνα και ανθρώπους με ειδικό ενδιαφέρον. Δεν είναι τυχαίο άλλωστε ότι οι ρίζες του έγκειται στην Αρχαία Ελληνική σκέψη...