2. ΕΜΜΕΣΗ ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Το μάρκετινγκ όταν εφαρμόζεται σε μια οικονομία μπορεί να επιφέρει συνολικές θετικές επιπτώσεις στα στοιχεία που αποτελούν αυτήν την οικονομία και συνδέονται μεταξύ τους.

1. Οι επιχειρήσεις πιέζονται να παράγουν νέα αγαθά ή να βελτιώσουν τα ήδη υπάρχοντα ►►► έρευνα για νέους τρόπους παραγωγής (καινοτομίες) ►►► τεχνολογική πρόοδος.
2. Καινοτομίες ►►► νέα αγαθά ►►► νέες επιχειρήσεις ►►► έσοδα του κράτους (μέσω της φορολογίας).
3. Περισσότερες επιχειρήσεις ►►► ποικιλία αγαθών ►►► ικανοποίηση ειδικών αναγκών και επιθυμιών (π.χ. τρόφιμα χωρίς γλουτένη, γλυκά χωρίς ζάχαρη, νηστίσιμα τυριά, κιμάς σόγιας κ.λ.π.)
4. Ύπαρξη πολλών επιχειρήσεων ►►► ανταγωνισμός ►►► πολλές και ποιοτικές πληροφορίες για τα διαθέσιμα αγαθά ►►► καλύτερες αποφάσεις καταναλωτών σχετικά με την επιλογή αγαθών.
5. Παραγωγή απαραίτητων προϊόντων ώστε να αποφεύγεται σπατάλη παραγωγικών πόρων.