

## **УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Определяющим фактором успешной деятельности производителей является в настоящее время возможность конкурировать в производстве и продаже товаров и услуг. Чтобы преуспеть в конкуренции, производители должны предложить более высокие стандарты жизненного

уровня потребителям их товаров. Возможность выпуска конкурентоспособных товаров является основой развития современной рыночной экономики.

Маркетинг рассматривается производителями как основа для достижения успеха в конкуренции, прежде всего за счет ведения разнообразной организационной деятельности, направленной на изучение нужд и потребностей потребителей, а также мотивов потребительского поведения.

По мере развития рыночных отношений производители обращаются к управлению маркетингом, которое подразумевает взаимодействие с клиентами и удовлетворение их нужд на более высоком уровне по сравнению с конкурентами. Управление маркетингом как комплекс деятельности изменяется в зависимости от типа производимого товара и клиентов фирмы.

Управление маркетингом выходит за рамки самой концепции маркетинга, поскольку применение ее недостаточно для производителей, имеющих сильных конкурентов на рынке. В конечном итоге управление маркетингом служит реализации концепции социально-этического маркетинга, направленной на достижение целей отдельно взятого предприятия, различных групп потребителей и всего общества в целом.

Предпочтения, выбор и степень удовлетворения покупателей зависят от тактики продавцов, которые должны постоянно помнить о наличии конкурентов в каждом рыночном сегменте. Наличие конкурентов создает конкурентную структуру рынка, и производители борются между собой за большую степень удовлетворенности запросов целевого рынка посредством разработки, производства и продажи товаров на высоком качественном уровне. Необходимость постоянного совершенствования деятельности производителя в этих сферах обусловлена требованиями рынка и может быть осуществлена в рамках системы управления маркетингом.