

В.В. ЧЕРЕШНЕВ



**КОНКУРЕНТНАЯ БОРЬБА И МАРКЕТИНГ:
ПРОБЛЕМЫ И ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ
ПРОИЗВОДСТВЕННО-ТОРГОВЫМ КОМПЛЕКСОМ**



**САНКТ-ПЕТЕРБУРГ
2002**

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ

В.В. ЧЕРЕШНЕВ

**КОНКУРЕНТНАЯ БОРЬБА И МАРКЕТИНГ:
ПРОБЛЕМЫ И ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ
ПРОИЗВОДСТВЕННО-ТОРГОВЫМ КОМПЛЕКСОМ**

ИЗДАТЕЛЬСТВО
САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА
ЭКОНОМИКИ И ФИНАНСОВ
2002

ББК 65.290-2

Ч 46

Черешнев В.В.

Конкурентная борьба и маркетинг: проблемы и технологии управления производственно-торговым комплексом.– СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2002.– 99 с.

В книге обсуждается системный подход к понятию управления маркетингом предприятия как эффективному средству обеспечения устойчивости в конкурентной среде регионального рынка. Предлагается комплекс основанных на экспертном оценивании и статистическом анализе методик сегментирования рынка и формирования маркетинговой политики регионального производственно-торгового комплекса.

Для специалистов в области маркетинга, для преподавателей и студентов экономических высших учебных заведений.

Рецензенты: д-р экон. наук, проф. **Е.В. Песоцкая**
д-р социол. наук, проф. **В.И. Сигов**

ISBN 5-7310-1571-6

© В.В. Черешнев, 2002

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ТОРГОВЫМ КОМПЛЕКСОМ	5
1.1. Сущность, роль и место маркетинга	5
1.2. Цикличность как основа организации функциональной структуры маркетингового управления	14
1.3. Концептуальные основы маркетингового управления.....	25
2. МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ТОРГОВОГО КОМПЛЕКСА	37
2.1. Пивной рынок России: сравнение с мировыми тенденциями	37
2.2. Проблемы и перспективы развития отечественного пивоваренного производственно-торгового комплекса	44
2.3. Маркетинговый анализ региональной конкурентной среды.....	48
2.4. Балансовые модели в маркетинговом анализе	57
3. ПРИКЛАДНЫЕ МЕТОДЫ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ТОРГОВЫМ КОМПЛЕКСОМ	63
3.1. Применение метода анализа соответствий для исследования предпочтений потребителей	63
3.2. Многокритериальное оценивание структуры выпуска продукции производственно-торгового комплекса.....	76
3.3. Разработка маркетинговой стратегии производственно- торгового комплекса	81
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	92
БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК	93