

Тези доповідей 48-ої наукової конференції молодих дослідників ОНПУ-магістрантів "Сучасні інформаційні технології та телекомунікаційні мережі". // Одеса: ОНПУ, 2013, вип. 48.

РЕЙТИНГОВА ОЦІНКА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КОНДИТЕРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Насідлецька Г.В.

Науковий керівник – ст. викл. кафедри «Менеджмент зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності» Аверіхіна Т.В.

В умовах розвитку ринкової економіки перед виробниками кондитерських виробів особливо гостро постає проблема покращення системи маркетингу підприємства. Цим і зумовлюється актуальність обраної теми.

Концепція сучасного маркетингу орієнтована на потреби споживачів як основу для досягнення цілей діяльності підприємства. Дослідження маркетингової інформації необхідно підприємству для освоєння зовнішнього ринку, розробки ефективної маркетингової стратегії, оцінку місця підприємства на ринку.

ЗАТ «ОдесаКондитер» з 1820 року спеціалізується в галузі кондитерського виробництва. Сьогодні воно є лідером на регіональному ринку кондитерських виробів Одеської області. Підприємство успішно впроваджує нове високотехнологічне устаткування.

Щоб надалі контролювати завойовані позиції на ринку, розширяти території ЗЕД, підприємству необхідне отримання достовірної та добре розтлумаченої інформації, яке може надати саме маркетингове дослідження. Для цього поставлено такі завдання: на прикладі ринку кондитерських виробів відпрацювати методику кон'юнктурного дослідження ринку, оцінки становища підприємства на ньому, виявлення ставлення споживачів до продукції.