

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

## **РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ.**

Теркун Н.С.

Науковий керівник - ас. кафедри «Менеджмент зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності» Левандовська І.В.

В сучасних економічних умовах велика кількість українських підприємств зіткнулися із проблемою виживання. Кожне з них намагається знайти свій вихід із складної ситуації. Одні намагаються почати випуск нового товару і активно його рекламують, інші – скорочують свою діяльність на ринку чи закриваються, треті – намагаються знизити затрати за рахунок скорочення чи невиплати заробітної плати персоналу і т.д. І тут простежується одна проблема – збереження старих методів управління підприємством.

Щоб вирішити поставлені проблеми, на підприємствах необхідно реформувати систему управління, створити ефективну організаційну структуру, яка б гнучко реагувала на постійні зміни ринку. Найбільш точно відповідає даним вимогам маркетинг.

Маркетинг в широкому розумінні розглядається як система управління збутовою діяльністю, як наука, що вивчає закономірності ринкового попиту і пропозицій, як методологія розробки господарської стратегії, а ще, маркетинг дозволяє оцінити ринкову ситуацію на рівні окремої фірми. Маркетингова діяльність повинна забезпечувати надійну та достовірну інформацію про ринок, смак і переваги покупців, створення товарів, які відповідають вимогам покупців, або задовольняють вимоги ринку.

Саме тому метою даної роботи є вивчення маркетингової діяльності ТОВ «Корона-плюс». Планується розглянути питання, пов'язані зі збутом, попитом, пропозицією, тобто питання про умови функціонування фірми.