

**ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ОДЕСЬКОЇ
ФІЛІЇ ПРАТ "ВО «СТАЛЬКАНАТ-СІЛУР»"**

Богословова А.А.

Науковий керівник – доц. каф. «Менеджменту зовнішньоекономічної та інноваційної
діяльності», канд. екон. наук Лапін О.В.

На сучасному етапі становлення ринкової економіки України зростає роль вдосконалення управління маркетинговою діяльністю підприємств. Якісна і соціальна складова маркетингу в управлінні зумовлює високоприбуткову ритмічну діяльність суб'єктів господарювання, створює передумови для забезпечення конкурентоспроможності підприємств, адаптації до постійних змін зовнішнього середовища і кон'юнктури ринку.

Проблема управління маркетинговою діяльністю є своєрідною системою вирішення завдань, пов'язаних з пошуком цільових ринків, організацією зворотного зв'язку зі споживачами, проведенням маркетингових досліджень, розробкою конкурентного продукту.

Для успішної діяльності підприємства в умовах ринкової турбулентності, «маркетингова філософія» має забезпечити наявність та функціонування наступних трьох складових: стратегічне бачення; насправді ринкова орієнтація; жорсткий процес формування та вибору найкращої стратегії з урахуванням усіх проблем, з якими стикається підприємство.