

Міністерство освіти і науки України
Рівненський державний гуманітарний університет
Факультет документальних комунікацій, менеджменту, технологій та
фізики
Кафедра економіки та управління бізнесом

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти за спеціальністю
075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування» на тему:

«УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ З МЕТОЮ ПІДВИЩЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ (НА ПРИКЛАДІ ТОВ
«САЛМА ФУД»)

Виконав: здобувач вищої освіти гр.
МГ-41, д. ф. н.
Андрушко Максим Володимирович

Керівник: к. екон. н., доц. Панюк Тетяна
Петрівна

Рецензент: к. екон. н., доц. Сяська
Олена Василівна

Рівне-2025

Зміст

Вступ	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ ТА ЙОГО РОЛЬ У ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ	6
1.1. Сутність та значення управління маркетингом в діяльності підприємства	6
1.2. Роль маркетингу у формуванні конкурентних переваг організації	10
1.3. Сучасні підходи та інструменти управління маркетингом у конкурентному середовищі	13
РОЗДІД 2. АНАЛІЗ ТА РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ З МЕТОЮ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТОВ «САЛМА ФУД»	18
2.1. Загальна характеристика діяльності об'єкта дослідження	18
2.2. Комплексна оцінка фінансово-економічних і маркетингових показників діяльності ТОВ «Салма Фуд»	23
2.3. Оцінка впливу постачальників сировини на маркетингову діяльність підприємства ТОВ «Салма-Фуд»	33
2.4. Аналіз факторів, що впливають на маркетингову діяльність підприємства та споживчу поведінку ТОВ «Салма-Фуд»	36
2.5. Обґрунтування шляхів підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства ТОВ «Салма-Фуд» на стратегічному рівні	40
Висновок	52
Використані джерела	54