

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 :

**«Маркетинг як інструмент підвищення конкурентоздатності
підприємства**

(на прикладі ПрАТ «Славутський солодовий завод»))»

Виконав: здобувач вищої освіти
гр. Мг-41, д.ф.н.
Древецький Ігор Ігорович

Науковий керівник: д.е.н., професор
Дейнега Інна Олександрівна

Рецензент: к.е.н., доцент,
Самборський І. О.

Рівне 2024

Зміст

Вступ.....	3
Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВПЛИВУ МАРКЕТИНГУ НА КОНКУРЕНТОЗДАТНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ.....	6
1.1. Суть і значення управління конкурентоздатністю в діяльності сучасних підприємств.....	6
1.2. Методичні підходи до оцінювання конкурентоздатності підприємств.....	15
1.3. Напрямки удосконалення управління конкурентоздатності підприємства харчової промисловості.....	20
Висновки за розділом 1.....	24
Розділ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ЗОВНІШНІХ ТА ВНУТРІШНІХ ПЕРЕДУМОВ ВПЛИВУ НА КОНКУРЕНТОЗДАТНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЇЇ РІВНЯ ЗАРАХУНОК МАРКЕТИНГУ.....	25
2.1. Загальна характеристика ПрАТ «Славутський солодовий завод».....	25
2.2. Оцінювання зовнішнього середовища функціонування ПрАТ «Славутський солодовий завод»... ..	33
2.3. Дослідження фінансово-економічного стану підприємства.....	40
2.4. Оцінювання конкурентних переваг ПрАТ «Славутський солодовий завод» за допомогою SWOT-аналізу.....	50
2.5. Обґрунтування заходів щодо підвищення ефективності управління конкурентоздатністю ПрАТ «Славутський солодовий завод».....	54
Висновки за розділом 2.....	57
Висновки.....	58
Використані джерела.....	62