

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:

МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ АТ «ОБОЛОНЬ»)

Виконав: здобувач вищої освіти
гр. Мг-41, д. ф. н.
Фесюк Максим Миколайович

Керівник: к. екон. н., доц.
Хомич Сергій Васильович

Рецензент: д. екон. н., проф.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ.....	6
1.1. Поняття конкурентоздатності підприємства та її основні показники.....	6
1.2. Роль маркетингових інструментів у формуванні конкурентних переваг.....	10
1.3. Огляд сучасних маркетингових стратегій і технологій.....	15
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АТ "ОБОЛОНЬ" ТА ЙОГО КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА.....	20
2.1. Дослідження ринку та конкурентного середовища АТ "Оболонь".....	20
2.2. Аналіз маркетингової стратегії АТ "Оболонь" та її ефективності.....	24
2.3. SWOT-аналіз АТ "Оболонь" та визначення напрямків покращення конкурентоздатності.....	30
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА РЕКОМЕНДАЦІЙ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ АТ "ОБОЛОНЬ" ЗА ДОПОМОГОЮ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ.....	36
3.1. Вибір ефективних маркетингових інструментів для АТ "Оболонь".....	36
3.2. Формування стратегії підвищення конкурентоздатності підприємства.....	43
3.3. Оцінка ефективності запропонованих заходів та прогноз очікуваних результатів.....	51
ВИСНОВКИ.....	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	62