

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

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»

на тему:

«МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «SLADO»)»

Виконав: здобувач вищої освіти
гр. Мг маг–2, д. ф. н.
Сафронов Ігор Дмитрович

Керівник: к.е.н., доц. **Паламарчук
Оксана Степанівна**

Рецензент: д.е.н., проф. **Пелех Оксана
Богданівна**

АНОТАЦІЯ

Тема: Маркетингові інструменти підвищення конкурентоздатності підприємства (на прикладі ТОВ «Slado»).

Кваліфікаційна робота розміщена на 60 сторінках друкованого тексту, містить 9 рисунків, 9 таблиць, перелік посилань із 39 джерел на 3 сторінках.

Ключові слова: маркетингова діяльність, маркетингові інструменти, конкурентоздатність, потенціал, бізнес, підприємство.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи виступає товариство з обмеженою відповідальністю «Slado».

Предметом дослідження є маркетингові інструменти та способи підвищення конкурентоздатності підприємства.

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків та додатків.

У **вступі** обґрунтовано актуальність обраної теми, сформульовано мету і завдання дослідження, вказано об'єкт і конкретизовано предмет дослідження.

Перший розділ розкриває зміст теоретичних аспектів використання маркетингових інструментів для підвищення конкурентоздатності підприємств. Визначено суть і значення конкурентоздатності підприємств, а також загальну роль маркетингу при формуванні конкурентних переваг.

У **другому розділі** досліджено кондитерську галузь та проведено аналіз загального виробничо-господарського стану ТОВ «Slado». Проаналізовано застосування маркетингового інструментарію у діяльності об'єкта дослідження.

У **третьому розділі** проведена оцінка маркетингового потенціалу та конкурентних можливостей ТОВ «Slado», розроблено комплекс заходів для зміцнення його конкурентних позицій, запропоновано ряд сучасних маркетингових інструментів для їх впровадження на підприємстві.

Висновки містять основні пропозиції та рекомендації, що сприятимуть підвищенню конкурентоздатності та зміцненню позицій ТОВ «Slado» на ринку кондитерських виробів із застосуванням маркетингових інструментів.

ABSTRACT

Topic: Marketing tools for increasing the competitiveness of an enterprise (on the example of LLC «Slado»).

The qualification work is placed on 60 pages of printed text, contains 9 figures, 9 tables, a list of references from 39 sources on 3 pages.

Keywords: marketing activities, marketing tools, competitiveness, potential, business, enterprise.

The object of the study is the qualification work is the limited liability company «Slado».

The subject of the study are marketing tools and ways to increase the competitiveness of an enterprise.

The qualification work consists of an introduction, 3 sections, conclusions and appendices.

The introduction substantiates the relevance of the chosen topic, formulates the goal and objectives of the study, indicates the object and specifies the subject of the study.

The first section reveals the content of the theoretical aspects of using marketing tools to increase the competitiveness of enterprises. The essence and significance of the competitiveness of enterprises, as well as the general role of marketing in the formation of competitive advantages, are determined.

The second section examines the confectionery industry and analyzes the general production and economic condition of LLC «Slado». The application of marketing tools in the activities of the research object is analyzed.

The third section assesses the marketing potential and competitive opportunities of LLC «Slado», develops a set of measures to strengthen its competitive positions, and proposes a number of modern marketing tools for their implementation at the enterprise.

The conclusions contain the main proposals and recommendations that will help increase the competitiveness and strengthen the positions of LLC «Slado» in the confectionery market using marketing tools.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	10
1.1. Суть та значення конкурентоспроможності підприємств.....	10
1.2. Роль маркетингу при формуванні конкурентних переваг.....	12
1.3. Класифікація та характеристика маркетингових інструментів підприємств.....	14
<i>Висновки за розділом 1.....</i>	<i>15</i>
РОЗДІЛ II. АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ НА ТОВ «SLADO».....	17
2.1. Характеристика кондитерської галузі та виробничо-господарської діяльності ТОВ «Slado»	17
2.2. Оцінка ефективності поточної маркетингової діяльності підприємства «Slado»	30
2.3. Аналіз застосування маркетингового інструментарію у діяльності ТОВ «Slado»	33
<i>Висновки за розділом 2.....</i>	<i>38</i>
РОЗДІЛ III. УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ТОВ «SLADO».....	40
3.1. Оцінка маркетингового потенціалу та конкурентних можливостей ТОВ «Slado».....	40
3.2. Розробка комплексу заходів щодо зміцнення конкурентних позицій об'єкта дослідження.....	43
3.3. Впровадження сучасних маркетингових інструментів на підприємстві «Slado».....	45
<i>Висновки за розділом 3</i>	<i>49</i>

	5
ВИСНОВКИ	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	54
ДОДАТКИ	57