**АНОТАЦІЯ**

***Андрійчук Г. «Вплив маркетингового інструментарію на управління конкурентоспроможністю промислового підприємства»(на прикладі ДП ПАТ «Оболонь Красилівське») –Рукопис.***

Дослідження на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня магістра за спеціальністю 8.03050701 “Маркетинг” – Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя. – Тернопіль, 2014.

Розроблено рекомендації щодо формування системи управління конкурентоспроможністю підприємства ДП ПАТ «Оболонь Красилівське»в умовах маркетингової орієнтації. Проаналізовано комплексну систему впливу маркетингового інструментарію даного підприємства з метою забезпечення конкурентних переваг на ринку.

Робота пройшла апробацію на підприємстві ДП ПАТ «Оболонь Красилівське», де підтвердили практичну цінність окремих положень дослідження.

Ключові поняття: ринок, конкуренція, конкурентоспроможність підприємства.

**SUMMARY**

Andrijchuk G.Influence of marketing tool is on the management of industrial enterprise a competitiveness (on the example of «Obolon' of Krasylivske») .– Manuscript.

Research on achievement of Master Degree on specialitya 8.03050701 “Marketing”. – Ternopil, TernopilState Technical University namedafte Ivan Pul’uy. – 2014.

Recommendations are developed in relation to forming of control system by a competitiveness enterprise of «Obolon' of Krasylivske» in the conditions of marketing orientation. The complex system of influence of marketing tool of this enterprise is analysed with the purpose of providing of competitive edges at the market.

 The research has passed approbation at “Obolon’ krasylivske” enterprise, Where have confirmed practical value of separate reccomendations of the work.

Key words: themarket, competition, competitiveness.