МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ІВАНА ПУЛЮЯ

Факультет економіки та менеджменту
Кафедра менеджменту у виробничій сфері

МИКУЛЯК ТЕРЕЗА ІГОРІВНА

УДК 339.18:658.4

ДОСЛІДЖЕННЯ ШЛЯХІВ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА, НА ПРИКЛАДІ ФОП «РАДЗІХОВСЬКИЙ О.О.»

Спеціальність 073 – Менеджмент

АВТОРЕФЕРАТ
наукової роботи на здобуття кваліфікації магістра

Тернопіль – 2018

Робота виконана на кафедрі менеджменту у виробничій сфері факультету економіки та менеджменту Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник: кандидат економічних наук, доцент
Шведа Наталія Михайлівна,
кафедра менеджменту у виробничій сфері факультету економіки та менеджменту Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

Рецензент: кандидат економічних наук, доцент
Дудкін Павло Дмитрович,
кафедра менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва факультету економіки та менеджменту Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя

Захист відбудеться «21» лютого 2018 р. о 9^{00} год. на засіданні екзаменаційної комісії у Тернопільському національному технічному університеті імені Івана Пулюя

Науковий керівник Н.М. Шведа

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми зумовлена тим, що однією з головних причин недостатнього рівня конкурентоспроможності українських товарів та послуг є неспроможність вітчизняних підприємств відстоювати та розширювати частку ринку, просувати товари та задовольняти інтереси споживача у повній мірі. Крім того важливою проблемою стає кількісна оцінка рівня конкурентоспроможності товару і управління нею, так як це досить трудомісткий, інтегрований процес, що складається із взаємопов'язаних складових і від якого залежить конкурентоспроможність всього підприємства. Складність управління конкурентоспроможністю підприємства полягає у тому, що немає достатньої кількості теоретичних і практичних методик досягнення та підтримання позицій конкурентоспроможності підприємства.

Отже, вищенаведене розкриває актуальність обраної теми магістерської роботи, яка має назву «Дослідження шляхів підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства, на прикладі ФОП «Радзіховський О.О.».

Метою дипломної магістерської роботи є дослідження теоретичних та прикладних аспектів підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства.

Для досягнення поставленої мети в дипломній магістерській роботі визначено ряд взаємопов'язаних **завдань,** основними з яких є:

– дослідити теоретико-методичні засади управління конкурентоспроможністю продукції підприємства;

– провести аналіз конкурентоспроможності підприємства ФОП «Радзіховський О.О.»;

– здійснити дослідження рекламно-цінової політики підприємства;

– провести аналіз макросередовища та безпосереднього оточення ФОП «Радзіховський О.О.»;

– обґрунтувати шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства;

– провести удосконалення інформаційного забезпечення системи зовнішніх комунікацій із потенційними споживачами продукції;

– здійснити обґрунтування доцільності реалізації проекту виробництва дитячих майданчиків на ФОП «Радзіховський О.О.»;

– провести порівняльне оцінювання привабливості досліджуваного підприємства з позиції споживачів будівельної продукції.

Об'єктом дослідження є процес управління конкурентоспроможністю продукції підприємства.

Предметом дослідження є теоретичні та прикладні засади управління конкурентоспроможністю продукції підприємства.

Методи дослідження. Теоретичну і методологічну основу дослідження становлять загальні положення економічної теорії, наукові праці вітчизняних і зарубіжних учених з питань маркетингового менеджменту, управління проектами, стратегічного менеджменту, економіки підприємства. У магістерській роботі використано загальнонаукові і спеціальні методи дослідження: теорії систем і системного аналізу – для ідентифікації чинників впливу зовнішнього середовища на систему маркетингового менеджменту підприємства; методу порівняння – для уточнення понятійно-категоріального апарату, оцінювання та впорядкування підходів щодо структуризації категорій конкурентоспроможності, аналізу діяльності сфери малого та середнього бізнесу України; економіко-статистичного й порівняльного аналізу – для виявлення тенденцій розвитку і структурних змін у діяльності будівельних установ у цілому та досліджуваної компанії зокрема; факторного та логічного аналізу – при діагностуванні та структуризації факторів впливу, ідентифікації проблем управління фінансовими ресурсами досліджуваного підприємства; графічний – для візуалізації результатів дослідження; узагальнення – для обґрунтування ефективності удосконалення системи управління ресурсами; абстрактно-логічний – для здійснення теоретичних узагальнень і формування висновків за результатами дослідження.

Джерела дослідження. Інформаційною базою дослідження слугували матеріали праць українських і зарубіжних науковців, інформація державних органів статистики, законодавчі та нормативні документи з питань регулювання економіки й будівельного сектора, звітно-статистичні дані досліджуваного підприємства, аналітичні публікації в науковій і спеціалізованій літературі, а також матеріали спостережень та опитувань, що їх організувала автор.

Наукова новизна отриманих результатів. Наукова новизна дипломної магістерської роботи полягає у дослідженні теоретико-методичних засад, розробленні практичних рекомендацій та обґрунтуванні економічного ефекту заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності продукції будівельного підприємства.

Практичне значення отриманих результатів полягає в обґрунтуванні проектних рішень щодо удосконалення інформаційного забезпечення системи зовнішніх комунікацій із потенційними споживачами продукції, обґрунтування доцільності реалізації проекту виробництва дитячих майданчиків на ФОП «Радзіховський О.О.» та порівняльного оцінювання привабливості підприємства з позиції споживачів будівельної продукції.

Апробація результатів дослідження. Основні положення дипломної магістерської роботи доповідались та отримали позитивну оцінку на II Всеукраїнській студентській конференції «Розвиток економіки країни для майбутніх поколінь» (м. Чернівці, 24–25 березня 2017 року).

Структура й обсяг дипломної магістерської роботи. Дипломна магістерська робота складається зі вступу, семи розділів, висновків, переліку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг роботи – 155 сторінок комп'ютерного тексту, вона містить 46 таблиць і 28 рисунків, 11 додатків, список використаних джерел із 98 найменувань.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ МАГІСТЕРСЬКОЇ РОБОТИ

У вступі розкрита актуальність теми магістерської роботи, встановлено мету та завдання, предмет та об’єкт, методи та інформаційну базу дослідження, а також подано структуру роботи.

У першому розділі «Теоретичні засади управління конкурентоспроможністю продукції підприємства» досліджено необхідність формування конкурентної стратегії в системі управління конкурентоспроможністю продукції підприємства, розглянуто методику формування конкурентної стратегії та особливості проведення маркетингових досліджень як основи процесу розробки конкурентної стратегії, виокремлено особливості оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства.

Результати проведених досліджень засвідчили, що конкуренція сьогодні стала невід'ємною частиною ринкового середовища і є необхідною умовою розвитку підприємницької діяльності. З переходом України на ринкові методи господарювання роль конкуренції в економічному житті суспільства значно зросла. При цьому підтримка конкурентного середовища в Україні, як і у всіх розвинутих країнах, стала важливою задачею державного регулювання економіки. Усе це сприяло виділенню конкуренції у важливий регулятор маркетингового середовища фірми, потреба в дослідженні й аналізі якого пояснюється його істотним впливом на господарську діяльність будь-якого підприємства, що функціонує на ринку.

Основне призначення конкурентної стратегії − створення комплексу конкурентних переваг для досягнення успіху у бізнесі в довгостроковій перспективі. Ознака відсутності стратегічного підходу − концентрація організації на внутрішніх ресурсах. Тим самим ігноруються всі можливі загрози зовнішнього середовища (вони сприймаються тільки як факт, що здійснився) та упускаються сприятливі тенденції. Стратегічний підхід полягає у перетворенні будь-яких змін у позитивні можливості та їхнє використання. Розробка стратегії конкуренції значною мірою означає вироблення широкого підходу до того, яким буде бізнес, якими повинні бути його цілі та яка політика є необхідною для їх досягнення.

Аналіз літературних джерел виявив, що під стратегією прийнято розуміти набір правил та засобів, за допомогою яких забезпечується досягнення підприємством своїх цілей. Для того, щоб відповісти на ці питання, конкурентна стратегія має розробити певні правила та прийоми:

1) дослідження умов формування конкурентної переваги та виявлення головних цілей діяльності підприємства;

2) дослідження ринків потенційних товарів та послуг, що відповідають інтересам підприємства, вибору таких стратегічних зон діяльності, які здатні в довготерміновій перспективі забезпечити зовнішню гнучкість підприємства, тобто можливість переорієнтації його на функціонування в найліпших з економічної, політичної, правової, соціальної, науково-технічної та екологічної точок зору зонах;

3) формування товарного асортименту, який якнайбільше задовольняє актуальні індивідуальні потреби потенційних споживачів і забезпечує на цій основі систематичне одержання підприємством прибутку, що дозволяв би реалізовувати програму розширеного відтворення капіталу;

4) розподіл власних та залучених ресурсів між різними напрямами діяльності підприємства так, щоб забезпечити максимальну продуктивність (рентабельність) використання цих ресурсів;

5) взаємодія з ринками чинників виробництва, цінних паперів, валютними ринками, що дозволяє ефективно підтримувати стратегічний потенціал підприємства на рівні, достатньому для забезпечення конкурентної переваги на різних етапах життєвого циклу підприємства;

6) формування ефективної цінової політики, яка забезпечувала б у довгостроковій перспективі стійке положення підприємства на традиційних та нових сегментах ринку.

Розробляючи правила та засоби ефективної реалізації цих напрямів діяльності, конкурентна стратегія підприємства, з моменту визначення його місії, формування його профілю та протягом усього періоду функціонування, має орієнтуватися на створення та підтримку стійкої конкурентної переваги. Формуванню стратегічних чинників успіху сприяє обґрунтований вибір конкурентних стратегій, які мають орієнтувати підприємство на максимальну та своєчасну адаптацію діяльності до динамічного маркетингового середовища для досягнення їхніх стратегічних цілей. Конкурентна стратегія − це основний напрям зосередження зусиль, філософія бізнесу підприємства в умовах ринкового середовища.

Отже, приходимо до висновку, що жодна фірма не може досягнути конкурентних переваг по всіх комерційних характеристиках товару і засобах її пропозиції. Необхідні вибір пріоритетів і вироблення стратегії, які б найбільшою мірою відповідали тенденціям розвитку ринкової ситуації і найкраще використовували сильні сторони своєї діяльності. На відміну від тактичних дій на ринку, стратегія повинна бути спрямованою на забезпечення конкурентних переваг в довгостроковій перспективі.

У другому розділі «Аналіз конкурентоспроможності продукції ФОП «Радзіховський О.О.» проведено загальну характеристику досліджуваного підприємства, досліджено особливості формування рекламно-цінової політики ФОП «Радзіховський О.О.», проведено аналіз макросередовища та безпосереднього оточення підприємства.

Досліджено, що основними видами діяльності ФОП є будівництво будинків, організація та здійснення житлового будівництва, забезпечення пайового будівництва з фізичними та юридичними особами на договірних засадах, а також здійснення проектної діяльності та надання посередницьких послуг у виставковій діяльності.

Про позитивні тенденції розвитку підприємства свідчать і результати аналізу основних техніко-економічних показників. Так, у динаміці 2016-2017 років можемо спостерігати збільшення обсягу чистого доходу, зростання обсягу чистого прибутку, збільшення вартості основних виробничих фондів підприємства та їх активної частини, збільшення чисельності працюючих, зростання фондоозброєності праці та фондовіддачі основних виробничих фондів, зростання середньорічного виробітку на 56 тис. грн. на особу. До негативних тенденцій можемо віднести зниження рентабельності продукції підприємства.

З метою підтримання конкурентного статусу на ринку підприємство здійснює різні види рекламної діяльності. Найбільш вигідною з усіх видів реклами є зовнішня реклама, найнижчу ефективність мають поштові розсилки, здійснені досліджуваним підприємством. Основним методом стимулювання збуту ФОП «Радзіховський О.О.» є надання знижок в залежності від обсягів робіт, а також знижок постійним клієнтам. На даний час на підприємстві не проводиться ефективна робота з організації та формування зв'язків з громадськістю. Основну питому вагу у структурі собівартості підрядних робіт, виконаних досліджуваним підприємством у 2017 році займають матеріальні витрати (46%) та заробітна плата (32%). Постачальниками продукції на досліджуване підприємство є ПАТ «Тернопільський кар'єр», ТОВ «Світ цегли», ТОВ «Vicnar'off» та СП «Профі-дах». Усі постачальники мають хорошу репутацію, однорівневий канал збуту, розміщені недалеко та зацікавлені у довгостроковій співпраці.

Найбільш активними конкурентами підприємства є ТОВ «Добробуд», ФОП «Радзіховський О.О.», ПрАТ «Інвест Родина», ТОВ «Креатор-Буд», ПП «Макбуд», ПП «Матла», ТОВ «Тернопільбуд». Найвищу бальну оцінку отримав ТОВ «Добробуд» за такими критеріями як частка ринку, широта асортименту, рівень сервісу та якість продукції. Проведений аналіз можливостей та загроз безпосереднього оточення ФОП «Радзіховський О.О.» засвідчив, що підприємство має більше можливостей для розвитку, ніж загроз, які воно може активно використати за допомогою реалізації комплексу раціональних рекламних та виробничих заходів. Саме це дозволить досліджуваному підприємству отримати значні переваги над своїми конкурентами.

У третьому розділі «Шляхи підвищення конкурентоспроможності продукції ФОП «Радзіховський О.О.» було обґрунтовано шляхи удосконалення інформаційного забезпечення системи зовнішніх комунікацій із потенційними споживачами продукції, визначено економічну доцільність реалізації проекту виробництва дитячих майданчиків на ФОП «Радзіховський О.О.», проведено порівняльне оцінювання привабливості підприємства з позиції споживачів будівельної продукції.

З ціллю налагодження комунікацій з потенційними споживачами ФОП «Радзіховський О.О.» у роботі запропоновано створити систему ефективної взаємодії із ключовими контрагентами

ринку нерухомості міста Тернополя: лізинговою та страховою компаніями, фінансовою структурою та ріелторською фірмою. Така система взаємодії дозволить розподілити ризики будівельної діяльності, здійснювати фінансування довгострокових проектів та знаходити потенційних споживачів.

З метою поглиблення комунікаційних процесів у сфері діяльності підприємства пропонуємо створити автоматизовану базу даних інформаційних ресурсів підприємства та провести рекламну кампанію. Загальна сума витрат на рекламно-інформаційну діяльність досліджуваного підприємства складе майже 52 тис. грн. До бюджету витрат входять витрати на рекламу в засобах масової інформації, підготовку та випуск інформаційної продукції, а також створення та наповнення Веб-сторінки. Згідно розрахованих показників результативності проекту, можемо зробити висновок про доцільність його реалізації. Так, прогнозований сумарний обсяг чистого доходу за 5 років реалізації проекту складатиме 586 тис. грн., а сумарний обсяг чистого прибутку складе 218 тис. грн. Його величина зросте з майже 22 тис. грн. у 2018 році до майже 71 тис. грн. у 2022 році.

Досліджуване підприємство здійснює свою діяльність у сфері будівництва багатоквартирних будинків та котеджів. Біля кожного із таких будинків ФОП «Радзіховський О.О.» облаштовує двір та дитячий майданчик. Обладнання для такого майданчика підприємство закуповує у польської фірми «КСІЛ». Це обладнання є досить якісним, але дорогим, середня вартість майданчика коливається від 300 до 500 тис. грн. Тому у роботі запропоновано здійснення виробництва дитячих майданчиків на базі існуючого обладнання ФОП «Радзіховський О.О.». Зовнішній вигляд проектного майданчика представлено на рисунку. Для того, щоб здійснювати такий виробничий процес ФОП «Радзіховський О.О.» має придбати обладнання для здійснення лиття під тиском. Показники ефективності проекту свідчать про доцільність його реалізації, оскільки прогнозований дохід від реалізації продукції щорічно зростатиме, обсяг чистого прибутку за весь період впровадження проекту складе більше 246,5 тис. грн. Чиста теперішня вартість проекту виробництва пластмасових деталей для майбутніх ігрових майданчиків ФОП «Радзіховський О.О.» складе майже 55 тис. грн. (більше нуля), індекс прибутковості складає 139% (більше 100%), простий та дисконтований періоди окупності є досить короткими. Таким чином, розроблений проект доцільно реалізовувати.

Для того, щоб підприємство змогло реалізувати свій конкурентний потенціал, необхідно знати, що саме потрібно споживачам та які вимоги вони ставлять до продукції ФОП «Радзіховський О.О.». Тому у межах представленої дослідницької роботи було проведено дослідження, метою якого було вивчення споживчих мотивацій споживачів щодо придбання будівельної продукції на ринку Тернопільської області. Як показало дослідження, споживачами, вимоги яких підприємство зі своєю продукцією може задовольнити найповніше, є фізичні особи,

очікуваннями яких є потреба власного житла. За результатами дослідження, основною споживчою мотивацією при купівлі об'єкта нерухомості є його низька вартість, оскільки більшість потенційних споживачів мають середній рівень доходів та не можуть дозволити собі купувати надто дорогі об'єкти нерухомості. Оскільки таким категоріям споживачів доводиться задовольнити потреби у власному житлі нижчої вартості, досліджуване підприємство повинно дотримуватися відповідної цінової стратегії. Проте низька вартість не є основною вимогою. Велику роль відіграють також критерії якості, які забезпечують надійність та довговічність будівельної продукції.

У четвертому розділі «Спеціальна частина» проведено аналіз основних показників розвитку будівельної галузі України, розглянуто юридичні аспекти функціонування фізичних осіб-підприємців в Україні.

У п'ятому розділі «Обґрунтування економічної ефективності» здійснено розрахунок ефективності проекту удосконалення інформаційного забезпечення системи зовнішніх комунікацій із потенційними споживачами продукції, визначено економічну доцільність реалізації проекту виробництва дитячих майданчиків на ФОП «Радзіховський О.О.», проведено порівняльне оцінювання привабливості підприємства з позиції споживачів будівельної продукції.

У шостому розділі «Охорона праці та безпека в надзвичайних ситуаціях» досліджено стан системи контролю за станом охорони праці на підприємстві, проведено аналіз основних аспектів охорони праці на ФОП «Радзіховський О.О.», висвітлено окремі питання організації та проведення аварійно-відновлювальних робіт на об'єктах економіки під час ліквідації надзвичайних ситуацій мирного стану, планування матеріального забезпечення на випадок надзвичайних ситуацій мирного та воєнного часу.

У сьомому розділі «Екологія» досліджено основні аспекти впливу екологічності продукції на формування її ціни та особливості організації екологічної служби на підприємстві.

ВИСНОВКИ

Отже, у представленій дипломній магістерській роботі досліджено теоретичні засади та практичні аспекти підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства**.**

У першому розділі дипломної магістерської роботи досліджено теоретичні засади управління конкурентоспроможністю продукції підприємства. Проаналізовано основні підходи зарубіжних та вітчизняних науковців щодо тлумачення понять «стратегічне управління», «стратегія», «конкурентна стратегія», «видавниче підприємство. Визначено, що конкурентна стратегія підприємства являє собою сукупність наступальних чи оборонних дій, спрямованих на створення стійкого становища в галузі, з метою успішного подолання п'яти чинників конкуренції та гарантування максимальної віддачі від капіталовкладень.

Результати дослідження дозволяють стверджувати, що прагнення відтіснити конкурентів і збільшити свою частку ринку обумовлює необхідність виявлення головних чинників успіху. Вирішення цих завдань потребує запровадження на підприємствах галузі прогресивних методів і підходів стратегічного управління, розроблення певної конкурентної стратегії, використання якої буде сприяти зміцненню конкурентних позицій підприємств у динамічному конкурентному маркетинговому середовищі, підвищенню конкурентоспроможності продукції та отриманню конкурентних переваг підприємствами у довгостроковій перспективі.

У другому розділі дипломної магістерської роботи проведено комплексний аналіз конкурентоспроможності ФОП «Радзіховський О.О.».

Досліджено, що основним видом діяльності підприємства є будівництво будинків, організація та здійснення житлового будівництва (самостійно та/або із залученням підрядних спеціалізованих установ і підприємств), забезпечення пайового будівництва з фізичними та юридичними особами на договірних засадах, а також здійснення проектної діяльності та надання посередницьких послуг у виставковій діяльності.

Результати проведеного аналізу свідчать про ряд позитивних тенденцій розвитку досліджуваного підприємства в динаміці 2016-2017 років, зокрема: збільшення обсягу чистого доходу; зростання обсягу чистого прибутку; збільшення вартості основних виробничих фондів підприємства та їх активної частини; зростання чисельності працюючих; зростання фондоозброєності праці; збільшення фондовіддачі основних виробничих фондів; зниження фондомісткості; зростання середньорічного виробітку. До негативних тенденцій можемо віднести зниження рентабельності продукції підприємства на 12,4%.

Систематизувавши усі фактори макросередовища, які мають опосередкований вплив на діяльність ФОП «Радзіховський О.О.» можемо зробити висновок, що підприємство має більше можливостей для свого розвитку, ніж загроз.

У третьому розділі запропоновано шляхи підвищення конкурентоспроможності діяльності ФОП «Радзіховський О.О.». У роботі проведено удосконалення інформаційного забезпечення системи зовнішніх комунікацій з потенційними споживачами. Досліджено, що кількісні та якісні характеристики користувачів інформаційних ресурсів ФОП «Радзіховський О.О.» є досить різноманітними, тому необхідною умовою ефективного проходження комерційних процесів є створення оптимальної бази даних, що повністю відповідатиме багатоаспектності завдань, які необхідно вирішувати. У процесі дослідження визначено, що специфіка виробничо-господарської діяльності підприємства полягає в тому, що в придбанні продукції зацікавлене досить широке коло споживачів. Тому однією із проектних пропозицій є розробка сприятливого комунікативного середовища для функціонування багаторівневої комунікаційної системи досліджуваного підприємства Така система передбачатиме комунікативні зв’язки із певними фірмами –

учасниками комерційних процесів. Згідно розрахованих показників результативності проекту покращення інформаційного забезпечення ФОП «Радзіховський О.О.», можна зробити висновок про доцільність реалізації проекту.

Визначено, що досліджуване підприємство здійснює свою діяльність у сфері будівництва багатоквартирних будинків та котеджів. Біля кожного із таких будинків ФОП «Радзіховський О.О.» облаштовує двір та дитячий майданчик. Обладнання для такого майданчика підприємство закуповує у польської фірми «KSIL». Це обладнання є досить якісним, але дорогим, середня вартість майданчика коливається від 300 до 500 тис. грн. Тому у роботі запропоновано здійснення виробництва дитячих майданчиків на базі існуючого обладнання ФОП «Радзіховський О.О.». Для того, щоб здійснювати такий виробничий процес ФОП «Радзіховський О.О.» має придбати обладнання для здійснення лиття під тиском. Виходячи із прогнозованих обсягів приросту доходів підприємства, було розраховано показники результативності реалізації проекту виробництва пластмасових деталей для майбутніх ігрових майданчиків на ФОП «Радзіховський О.О.» та доведено доцільність такого виробництва.

Також було проведено оцінювання інвестиційного потенціалу та інвестиційної привабливості ФОП «Радзіховський О.О.». За результатами дослідження можна зробити висновок, що ФОП «Радзіховський О.О.» є досить привабливим для потенційних споживачів. Для того, щоб підприємство змогло реалізувати свій інвестиційний потенціал, необхідно знати, що саме потрібно інвесторам та які вимоги вони ставлять до продукції ФОП «Радзіховський О.О.». Тому у межах представленої магістерської роботи було проведено дослідження, метою якого було вивчення споживчих мотивацій інвесторів щодо придбання будівельної продукції на ринку Тернопільської області. Як показало дослідження, споживачами, вимоги яких підприємство зі своєю продукцією може задовольнити найповніше, є інвестори, очікуваннями яких є потреба власного житла.

Список опублікованих праць за темою дипломної магістерської роботи

1. Микуляк Т. Підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств будівельної сфери / Т.І. Микуляк // Розвиток економіки країни для майбутніх поколінь: збірник матеріалів II Всеукраїнської студентської конференції (м. Чернівці, 24–25 березня 2017 року). – Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича. – Чернівці: ЧНУ, 2017. – С. 117-118.

АНОТАЦІЯ

Микуляк Т.І. Дослідження шляхів підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства, на прикладі ФОП «Радзіховський О.О.» [Рукопис]: комплексна дипломна робота на здобуття кваліфікації магістра за спеціальністю 073 / Тереза Ігорівна Микуляк; ТНТУ. —

Тернопіль: [б. в.], 2018. − 155 с.

Магістерська робота: 155 с., 28 рис., 46 табл., 11 додатків, 98 літературних джерел.

Об'єкт дослідження – процес управління конкурентоспроможністю продукції підприємства.

Метою роботи є дослідження теоретичних та прикладних аспектів підвищення конкурентоспроможності продукції підприємства.

Методи дослідження – економіко-статистичного, системного та порівняльного аналізу, метод експертного опитування, діалектичного пізнання, економічного синтезу.

Розроблено проектні рішення щодо удосконалення інформаційного забезпечення системи зовнішніх комунікацій із потенційними споживачами продукції, обґрунтування доцільності реалізації проекту виробництва дитячих майданчиків на ФОП «Радзіховський О.О.» та порівняльного оцінювання привабливості підприємства з позиції споживачів будівельної продукції.

Результати дослідження впроваджено у діяльність ФОП «Радзіховський О.О.».

Ключові слова: управління конкурентоспроможністю продукції, конкурентний статус, безпосереднє оточення, якість продукції, споживча мотивація.

ABSTRACTS

Mykuliak T.I. Investigation of ways to increase the competitiveness of enterprise products on the FPC "Radzihovsky O.O." [Manuscript]: comprehensive thesis for obtaining the qualification master's degree in 073 / Tereza Mykuliak; TNTU. - Ternopil [b. in.], 2018. - 155 p.

Diploma work: 155 pages, 28 figures, 46 tables, 11 appendixes, 98 references.

The Object of Investigation – the process of managing the competitiveness of enterprise products.

The Aim of the Work is a study of theoretical and applied aspects of increasing the competitiveness of enterprise products.

Research methods – economic and statistical, and comparative analysis, expert survey method, dialectical knowledge, economic synthesis.

Design decisions for improving the information provision of the system of external communications with potential consumers of products, justification of the feasibility of implementing a project for the production of playgrounds on FOP "Radzikhovsky O.O." and comparative assessment of the attractiveness of the enterprise from the standpoint of consumers of construction products.

The research results were introduced into the activity of the private enterprise "Radzihovsky O.".

Keywords: product competitiveness management, competitive status, direct environment, product quality, consumer motivation.