

Авторська довідка (кваліфікаційної роботи магістра)

Назва кваліфікаційної роботи магістра.....: Вдосконалення стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства

назви записувати нижнім регістром (як у реченні)

Назва (англ.):.....Improving the strategy of increasing the competitiveness of the enterprise

переклад англійською

Освітній ступінь :магістр

Шифр та назва спеціальності:075 «Маркетинг»

напр.: 151 Автоматизація та комп'ютерно-інтегровані технології

Екзаменаційна комісія:

напр.: Екзаменаційна комісія №1

Установа захисту:ТНТУ

напр.: Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Дата захисту:30.12.23..... Місто:Тернопіль

Сторінки:

Кількість сторінок роботи:88

УДК:339.138

Автор роботи

Прізвище, ім'я, по батькові (укр.):Семків Дмитро Володимирович

розкривати ініціали

Прізвище, ім'я (англ.):Semkiv Dmutro.....
використовувати паспортну транслітерацію (КМУ 2010)

Місце навчання (установа, факультет, місто, країна):

Керівник

Прізвище, ім'я, по батькові (укр.):Голда Надія Михайлівна

повністю

Прізвище, ім'я (англ.):Golda Nadiia.....
використовувати паспортну транслітерацію (КМУ 2010)

Місце праці (установа, підрозділ, місто, країна):ТНТУ, кафедра промислового маркетингу, м. Тернопіль, Україна

Вчене звання, науковий ступінь, посада:к.е.н., доцент

Рецензент

Прізвище, ім'я, по батькові (укр.):Артеменко Людмила Борисівна

повністю

Прізвище, ім'я (англ.):Lyudmila Artemenko.....
використовувати паспортну транслітерацію (КМУ 2010)

Місце праці (установа, підрозділ, місто, країна):ТНТУ, кафедра економіки та фінансів

Вчене звання, науковий ступінь, посада:к.е.н., доцент

Ключові слова

українською: маркетинг, конкурентоспроможність, конкурентна перевага, сегментування, маркетингова діяльність, ринок, товар.

до 10 слів

англійською:marketing, competitiveness, competitive advantage, segmentation, marketing activity, market, product.

Анотація

українською:

200-300 слів

Семків Д. „Вдосконалення стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства” – Рукопис.

Дослідження на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня магістра за спеціальністю

075 «Маркетинг». Важливим атрибутом ринкової економіки є конкуренція. Сам ринок, механізм його дії не може існувати без розвинутих форм конкуренції. Як слушно стверджував відомий англійський економіст Ф. Хайєк, «суспільства, які покладаються на конкуренцію, успішніше за інших досягають своєї мети». Комерційний успіх інноваційних підприємств та їх товарів, відповідають вимогам цільового сегмента ринку і багато в чому залежить від участі фахівців з маркетингу в пошуку, оцінюванні та реалізації ідей нових конкурентоспроможних товарів. Зрозуміло, що така участь має базуватися на сучасному аналітико-методичному апараті. Конкурентоспроможність відображає сучасне положення підприємства та майбутні можливості його виживання на ринку.

Визначення конкурентної позиції підприємства – багатограний і трудомісткий процес, який залежить від аналізу багатьох факторів. В процесі визначення конкурентної позиції проводиться аналіз маркетингового середовища, визначення конкурентних переваг на основі SWOT-аналізу, матриці М. Портера та визначення конкурентоспроможності на основі аналізу конкурентів, що дає змогу підприємству адекватно оцінити свої можливості, розробити програму подальших дій щодо покращення свого становища на ринку. У роботі досліджено конкурентну позицію підприємства, його місце на ринку. Проведено аналіз конкурентоспроможності ПАТ „Підволочиська фабрика пластмасових виробів”. Оцінено маркетингову діяльність досліджуваного підприємства в системі забезпечення конкурентоспроможності та запропоновано шляхи її покращення.

Англійською: Semkiv D. "Improving the strategy of increasing the competitiveness of the enterprise" - Manuscript.

Research for obtaining the educational and qualification level of a master's degree in the specialty 075 "Marketing" - Ternopil Ivan Pulyu National Technical University. – Ternopil, 2023.

An important attribute of a market economy is competition. The market itself, the mechanism of its action cannot exist without developed forms of competition. As the famous English economist F. Hayek rightly claimed, "societies that rely on competition achieve their goals more successfully than others." The commercial success of innovative enterprises and their products meet the requirements of the target market segment and largely depends on the participation of marketing specialists in the search, evaluation and implementation of ideas for new competitive products. It is clear that such participation should be based on modern analytical and methodological apparatus. Competitiveness reflects the current position of the enterprise and the future possibilities of its survival in the market. Determining a company's competitive position is a multifaceted and time-consuming process that depends on the analysis of many factors. In the process of determining the competitive position, an analysis of the marketing environment, determination of competitive advantages based on SWOT analysis, M. Porter's matrix and determination of competitiveness based on competitor analysis is carried out, which enables the enterprise to adequately assess its capabilities, develop a program of further actions to improve its position on the market. The work examines the competitive position of the enterprise, its place on the market. An analysis of the competitiveness of PJSC "Podvolochysk Factory of Plastic Products" was carried out. The marketing activity of the researched enterprise in the system of ensuring competitiveness was evaluated and ways of its improvement were proposed