

## РЕФЕРАТ

Дипломна робота на тему: «Управління конкурентоспроможністю підприємства на засадах маркетингу співпраці ( на прикладі ПАТ «Компанія «РАЙЗ»)» містить 141 сторінки, 33 таблиці, 27 рисунків, 11 додатків. Перелік посилань нараховує 45 найменувань.

**Актуальність теми.** Найбільш доцільною стратегією, що забезпечить розбудову конкурентоспроможної економіки має стати концентрація на розвитку ключових галузей України. З огляду на унікальні агроресурси, які до цього часу складають значний економічний потенціал нашої держави, однією із ключових галузей має стати агропромисловий комплекс. Однак, нині агропромисловий комплекс нашої держави має нерівномірну структуру конкуренції та характеризується тенденцією до олігополізації ринку, що заважає його подальшому розвитку. Актуальність розгляду проблеми розвитку підприємства підсилюється в умовах кризи у зв'язку з тим, що розвиток агропромислового комплексу країни залежить від здорової конкуренції підприємств.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами та темами.** Дипломну роботу другого (магістерського) рівня вищої освіти виконано в Національному технічному університеті України «КПІ» (м. Київ) відповідно до планів науково-дослідних робіт кафедри менеджменту. Результати дослідження, проведеного в роботі, є частиною наукової теми: «Управління розвитком підприємств в умовах ресурсних обмежень», № 0114U001135 – внесок автора полягає в обґрунтуванні впровадження стратегії співпраці у діяльність агропромислових підприємств.

**Метою магістерської** дипломної роботи є розроблення теоретично – методологічних положень і практичних рекомендацій, щодо підвищення рівня управління конкурентоспроможністю підприємства на засадах маркетингу співпраці.

**Об'єктом дослідження** є теоретичні та практичні аспекти управління конкурентоспроможністю на засадах маркетингу співпраці.

**Предметом дослідження** є напрями підвищення рівня управління конкурентоспроможності на засадах маркетингу співпраці ПАТ «Компанія «РАЙЗ».

В процесі виконання дипломної роботи другого (магістерського) рівня вищої освіти було використано **методи дослідження:** економічного аналізу – для аналізу діяльності підприємства; статистичного аналізу – для групування та порівняння емпіричних даних для дослідження тенденцій динаміки; експертного оцінювання – для ранжування; графічний метод - для наочного представлення результатів досліджень; методи прогнозування – для оцінки ефективності впровадження запропонованих заходів.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає у поглибленні окремих теоретико-методичних положень і розробленні науково-прикладних рекомендацій щодо підвищення рівня управління конкурентоспроможністю підприємства на засадах маркетингу співпраці, за допомогою впровадження концепції маркетингу співпраці шляхом створення бази невиконаних замовлень та встановлення GPS – контролю на техніку підприємством та основними конкурентами.

**Практичне значення** одержаних результатів полягає в тому, що теоретичні й методологічні положення дипломної роботи доведені до рівня конкретних пропозицій і методичних розробок щодо управління конкурентоспроможністю підприємства на основі впровадження стратегії співпраці. Керівництвом підприємства було використано запропоновані рекомендації щодо впровадження стратегії маркетингу співпраці на основі створення бази невиконаних замовлень та встановлення GPS – контролю на техніку (**акт впровадження №19 від 24.12.15**).

**Ключові слова:** управління конкурентоспроможністю, маркетинг співпраці, агропромисловий комплекс, стратегія, ділова репутация.