

Белорусский государственный университет

Экономический факультет

**Кафедра инноватики и предпринимательской
деятельности**

Аннотация к магистерской диссертации/дипломной работе

«Повышение конкурентоспособности продукции (на примере Midea Group)»

Су Цинь

Научный руководитель кандидат экономических наук, доцент.

Молохович Марина Викторовна

Минск, 2022

АННОТАЦИЯ

Магистерская работа: 93 с, 6 табл, 4 рис., 32 источника.

ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ (НА ПРИМЕР MIDEA GROUP)

Магистерская диссертация посвящена вопросам анализа конкурентоспособности предприятий. В данной работе будет рассмотрен анализ на микроуровне.

Традиционным направлением анализа микроконкурентоспособности является расчет и изучение конкурентоспособности товаров, услуг и фирм, их производящих. При правильной оценке можно определить, какой вид товара (услуги) больше подходит потребителям.

Цель экономического анализа конкурентоспособности продукции заключается в исследовании реального и потенциального уровня конкурентоспособности продукции, выявлении факторов, которые оказали влияние на его изменение, оценку влияния на важнейшие показатели деятельности организации, поиск резервов повышения конкурентоспособности продукции.

Структура данной работы:

В I главе данной диссертации будут рассмотрены теоретические вопросы: Понятие конкурентоспособности продукции, товаров, услуг; факторы, определяющие конкурентоспособность продукции, товаров и услуг и методы оценки конкурентоспособности, также сущность SWOT анализа.

Во II главе - анализ рынка,, а также расчет конкурентоспособности ЖК телевизоров.

В III главе- Обоснование приоритетных направлений повышения

Конкурентоспособности продукции Midea Group

К основным задачам данной диссертации относятся:

1. анализ текущего состояния рынка и характеристики потребительских свойств , представленных на китайском рынке.

2. анализ конкурентоспособности передовых моделей техники.

Новизна данного исследования- Проанализированы основные факторы повышения конкурентоспособности продукции китайских компаний, производящих бытовую технику, а также создание анализа стратегии

маркетинговой кампании Midea Group для повышения конкурентоспособности продукции.

Объектом исследования-Модели и стратегии повышения конкурентоспособности китайских компаний по производству бытовой техники на примере Midea Group

Предметом исследования- Как повысить конкурентоспособность китайских компаний, производящих бытовую технику, для увеличения прибыли, изучить способы повышения конкурентоспособности производственных компаний, чтобы понять важность конкурентоспособности продукции для развития компании.

Цель работы Теоретической базой данной работы- Важные факторы повышения конкурентоспособности продукции в текущих экономических условиях.Теоретические основы повышения конкурентоспособности продукции.

ABSTRACT

Master's work: 93 pages, 6 tables, 4 figures, 32 sources.

INCREASING THE COMPETITIVENESS OF PRODUCTS (FOR THE EXAMPLE OF MIDEA GROUP)

Master's thesis is devoted to the analysis of the competitiveness of enterprises. In this paper, the analysis at the micro level will be considered.

The traditional direction of microcompetitiveness analysis is the calculation and study of the competitiveness of goods, services and firms that produce them. With the right assessment, it is possible to determine which type of product (service) is more suitable for consumers.

The purpose of the economic analysis of the competitiveness of products is to study the actual and potential level of competitiveness of products, identify the factors that influenced its change, assess the impact on the most important performance indicators of the organization, search for reserves to increase the competitiveness of products.

The structure of this work:

In Chapter I of this dissertation, theoretical issues will be considered: The concept of competitiveness of products, goods, services; factors that determine the competitiveness of products, goods and services and methods for assessing competitiveness, also the essence of SWOT analysis.

In Chapter II - market analysis, as well as the calculation of the competitiveness of LCD TVs.

In Chapter 3 - Justification of priority areas for increasing

Competitiveness of Midea Group products

The main objectives of this dissertation are:

1. Analysis of the current state of the market and characteristics of consumer properties presented in the Chinese market.

2. analysis of the competitiveness of advanced models of technology.

The novelty of this study - The main factors of increasing the competitiveness of products of Chinese companies producing household appliances, as well as the creation of an analysis of the marketing campaign strategy of Midea Group to increase the competitiveness of products, were analyzed.

The object of the study is Models and strategies for increasing the competitiveness of Chinese companies producing household appliances on the example of Midea Group

The subject of the study is How to improve the competitiveness of Chinese home appliance companies to increase profits, explore ways to improve the competitiveness of manufacturing companies, to understand the importance of product competitiveness for company development.

The purpose of the work The theoretical basis of this work is Important factors for increasing the competitiveness of products in the current economic conditions. Theoretical foundations for increasing the competitiveness of products.