



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Чорноморський національний університет
імені Петра Могили

Кафедра менеджменту

Парталога Надія Павлівна

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ОРГАНІЗАЦІЇ

АВТОРЕФЕРАТ

дипломної роботи на здобуття
ступеня вищої освіти магістр
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
спеціальності 073 «Менеджмент»
за освітньо-професійною програмою «Менеджмент»

Науковий керівник:

канд. екон. наук, доц. б.в.з. Дранус Л.С.

Рецензент:

канд. екон. наук, доц. б.в.з. Васильєв А. А.

Миколаїв 2020

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

На сьогоднішній день у нашій країні склалася досить складна економічна ситуація. Більшість вітчизняних підприємств зазнають великих збитків, але все ж намагаються утриматися на ринку. В таких умовах конкуренція зростає та стає більш жорсткою, тому усі суб'єкти господарювання повинні правильно організувати свою діяльність.

В Україні розвивається велика кількість культурних закладів різних форм власності, які мають різноманітні завдання своєї діяльності та забезпечують творчий розвиток особистості. Якість їх послуг забезпечується конкурентною боротьбою закладів культури різного профілю.

В сучасній ринковій економіці проблема конкуренції є нагальною серед закладів культури, так як вони швидко розвиваються та мають неврегульований попит та пропозицію.

Проблема ускладнюється поганим сумісництвом етико-естетичних принципів закладів культури з комерційними принципами та конкурентною погонею. На даний час, саме в культурі найвищі ризики конкуренцію. Проблема конкурентоспроможності таких організацій є не тільки етичною, але і економічною.

Проблема дослідження конкурентоспроможності в галузі культури та мистецтва є найголовнішою, що визначило актуальність обраної теми.

Теоретико-методологічною основою дослідження є наукові роботи зарубіжних та вітчизняних вчених, таких як Портер М., Фатхутдинов Р.А., Б.Берман, Д.Абель, Ф.Моріс. Я. Гончарук, С.Бабенко, О.Власюк тощо.

Метою роботи є обґрунтування напрямів удосконалення управління конкурентоспроможністю закладу культури в умовах сучасного розвитку театрального мистецтва.

Перелік завдань, які необхідно вирішити під час досягнення мети:

– розкрити сутність та економічний зміст конкурентоспроможності організації;

- проаналізувати фактори, які впливають на рівень конкурентоспроможності організації;
- проаналізувати специфічні особливості конкурентоспроможності закладів соціокультурної сфери;
- визначити методи оцінки конкурентоспроможності закладів культури;
- дослідити конкурентоспроможність театру;
- розробити практичні пропозиції щодо напрямків та організаційно-економічних заходів для підвищення рівня конкурентоспроможності.

Об'єктом дослідження є основна діяльність «Миколаївського академічного художнього російського драматичного театру».

Предметом дослідження є теоретичні та практичні основи підвищення конкурентоспроможності закладів культури.

Методи дослідження. Під час написання дипломної роботи використовувались такі методи як узагальнення, пізнання, аналітичний, фінансового аналізу, аналіз ринку по п'яти силам М.Портера, SWOT- аналіз, порівняння, статистичний.

В написанні роботи використовувались наукові статті, монографії з проблематики конкурентоспроможності, періодичні видання, наукові посібники, фінансова та статистична звітність організації.

Емпіричної базою дослідження послужили законодавчі та нормативні акти; інструктивні та методичні документи; результати досліджень автора; фактичні дані організації театру, зібрані і оброблені автором; матеріали практичних процедур.

Наукова новизна одержаних результатів магістерської роботи полягає у розвитку теоретичних підходів та вдосконаленні методики оцінювання конкурентоспроможності підприємств та організацій.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у наступному:
удосконалено:

- визначення економічного поняття «конкурентоспроможність» та адаптовано управління конкурентоспроможністю організації до закладів культури.

- організаційно-економічну структуру ефективного управління закладів культури, яка базується на формуванні окремих ланок, орієнтованих на проблеми управління;

Практичне значення проведеного дослідження полягає в тому, що основні теоретичні положення та висновки дозволяють активізувати процеси підвищення конкурентоспроможності закладів культури.

Апробація результатів дослідження. Основні положення і висновки магістерської роботи доповідалися на науково-практичних конференціях, а саме: Міжнародна науково-практичній конференції «Ольвійський форум 2019» (м.Миколаїв); науково-практичній конференції «Могилянські читання 2018» (м.Миколаїв).

Публікації. За темою дослідження опубліковано 2 наукові праці.

Структура та обсяг роботи. Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел додатків. Робота містить в основному тексті 15 таблиць, 14 рисунків. Обсяг магістерської роботи – 102 сторінки комп'ютерного тексту.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ МАГІСТРА

У вступі обґрунтовано актуальність теми дослідження, визначено мету, завдання, предмет та об'єкт дослідження, його методи та інформаційну базу, розкрито наукову новизну і практичне значення одержаних результатів.

У першому розділі «ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ОРГАНІЗАЦІЇ» систематизовано й узагальнено економічну сутність конкурентоспроможності підприємства та організації, фактори, що впливають на конкурентоспроможність, методичку оцінки конкурентоспроможності та управління нею.

Проведення порівняльного аналізу теоретичних визначень та виявлення глибини розкриття поняття «конкурентоспроможність організації» показав, що під конкурентоспроможністю доцільно розуміти здатність підприємства у поточному періоді та в довгостроковій перспективі забезпечувати більш високу, порівняно з конкурентами, ефективність виробництва та вигідність реалізації власної продукції.

Конкурентоспроможність будь-якого з названих об'єктів формується на базі конкурентних переваг відповідного рівня. Під конкурентними перевагами в класичному менеджменті розуміють виражену особливість або компетентність, що дозволяє залучати й зберігати клієнтів.

Конкурентні переваги не лише впливають на рівень конкурентоспроможності, але й відчують на собі зворотній вплив – досягнувши певного рівня конкурентоспроможності, підприємства може і повинно розширювати наявні переваги, закладаючи таким чином основу майбутньої конкурентоспроможності.

Розглянувши різні підходи до визначення поняття «конкурентоспроможність» можна стверджувати, що його можна розділити по наступним напрямкам:

- здатність підприємства;
- спроможність підприємства;

- ефективність роботи підприємства;
- перевага над конкурентами.

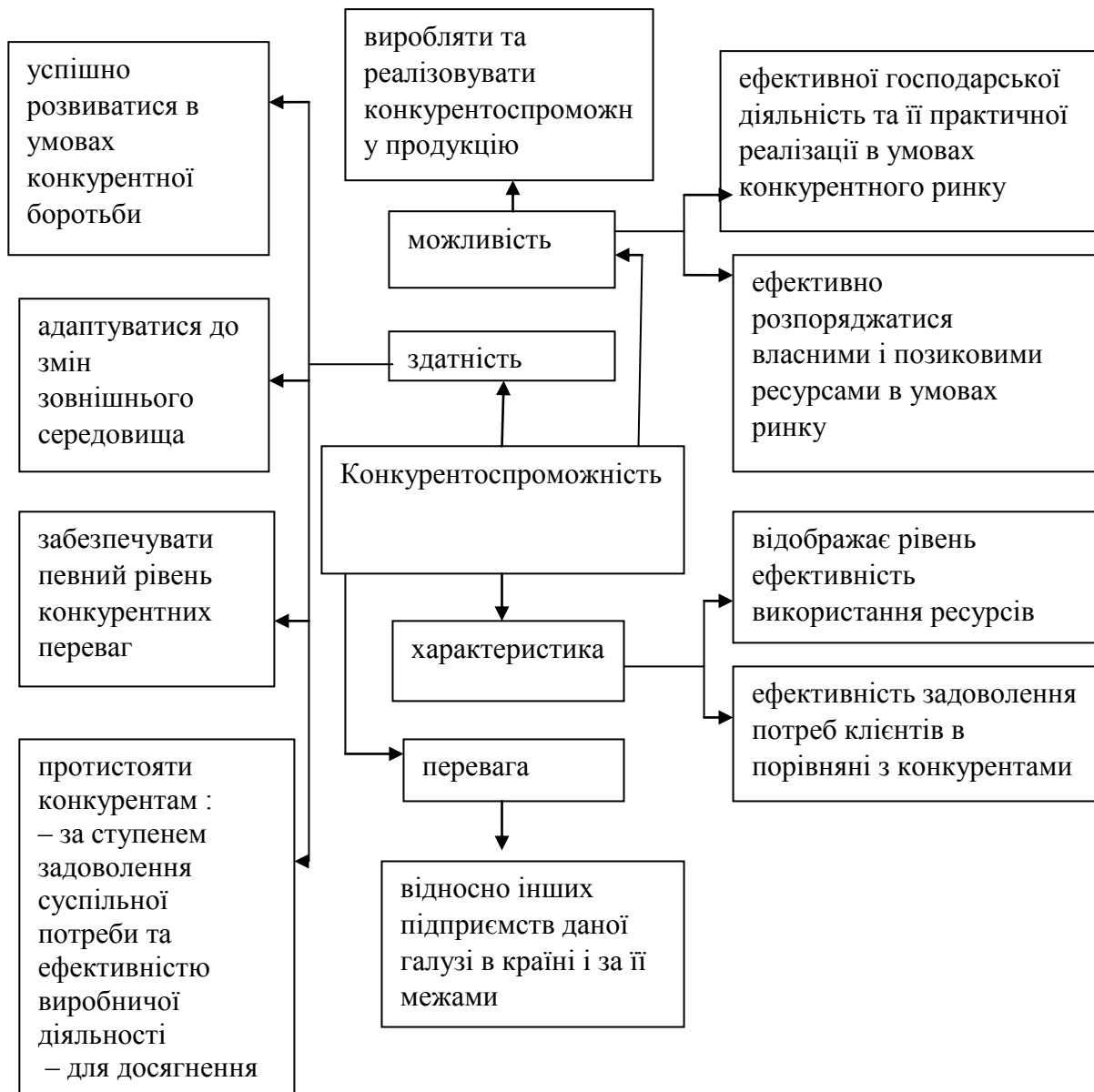


Рис.1. Групування визначень «конкурентоспроможність» за напрямками

Виходячи з аналізу різних підходів, які розглянуто в дипломній роботі, головними факторами, які впливають на рівень конкурентоспроможності, є такі:

чинники макросередовища (економічні, політичні, правові, науково-технічні тощо);

мезосередовища (інтенсивність конкуренції, кількість постачальників, еластичність попиту і пропозиції);

мікрорівня (виробничі потужності, наявність техніко-технічного, ресурсного, виробничого потенціалів тощо). Отже, фактори, які забезпечують формування конкурентоспроможності підприємства, трактуються по-різному.

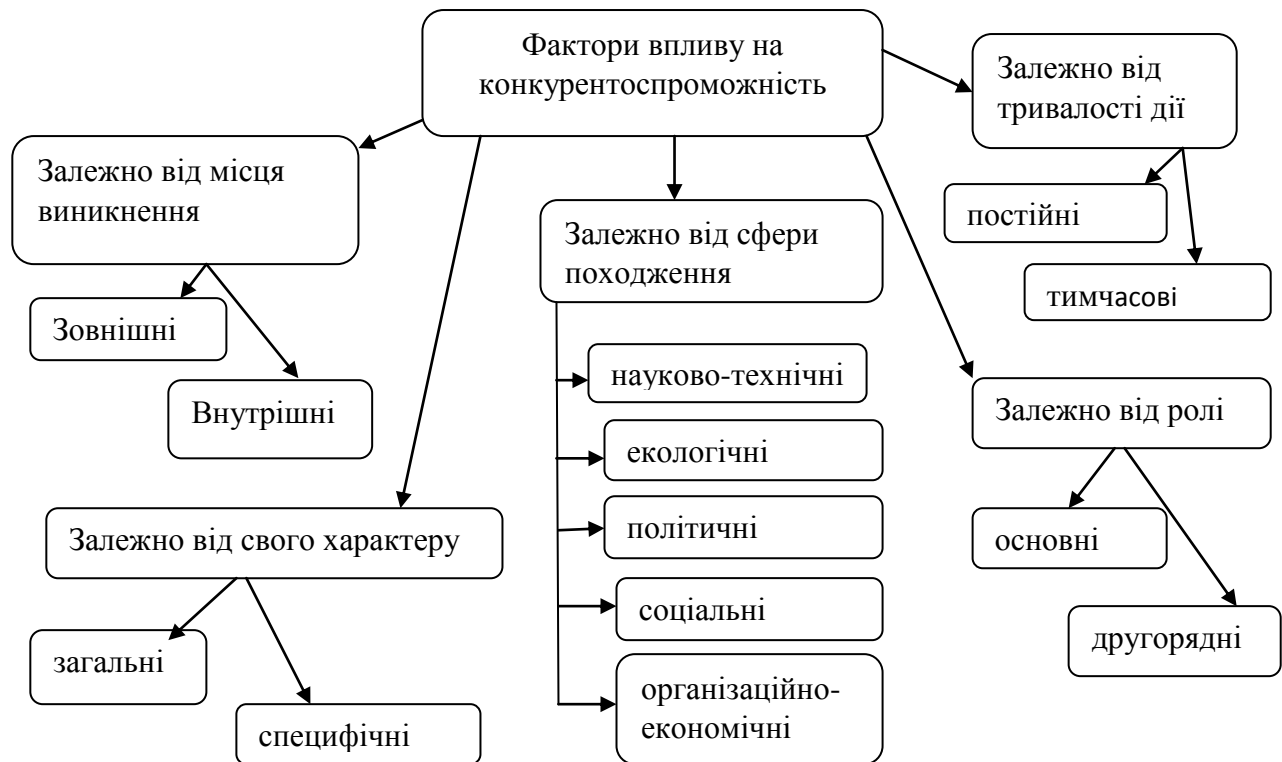


Рис.2. Класифікація факторів впливу на конкурентоспроможність за ознаками

Складність проблеми оцінки конкурентоспроможності підприємства полягає в тому, що воно є відкритою реактивною системою, яка здійснює активний обмін інформацією із зовнішнім середовищем: генерує і поставляє власну інформацію як у внутрішнє, так і зовнішнє середовище, а також сприймає та реагує на зовнішню інформацію

Аналіз існуючих у сучасній літературі теоретичних підходів до оцінки конкурентоспроможності підприємств дає підстави для їх класифікації на дві основні групи: аналітичні та графічні.

Державних методик оцінки рівня конкурентоспроможності підприємств в Україні донині не існує, поряд з цим існує ряд моделей, за допомогою яких можна визначити рівень конкурентоспроможності.

До основних методів оцінки управління конкурентоспроможності відносяться : свот-аналіз, методи на основі конкурентних переваг Портера, методи інтегральних та рейтингових оцінок, метод фінансових коефіцієнтів тощо.

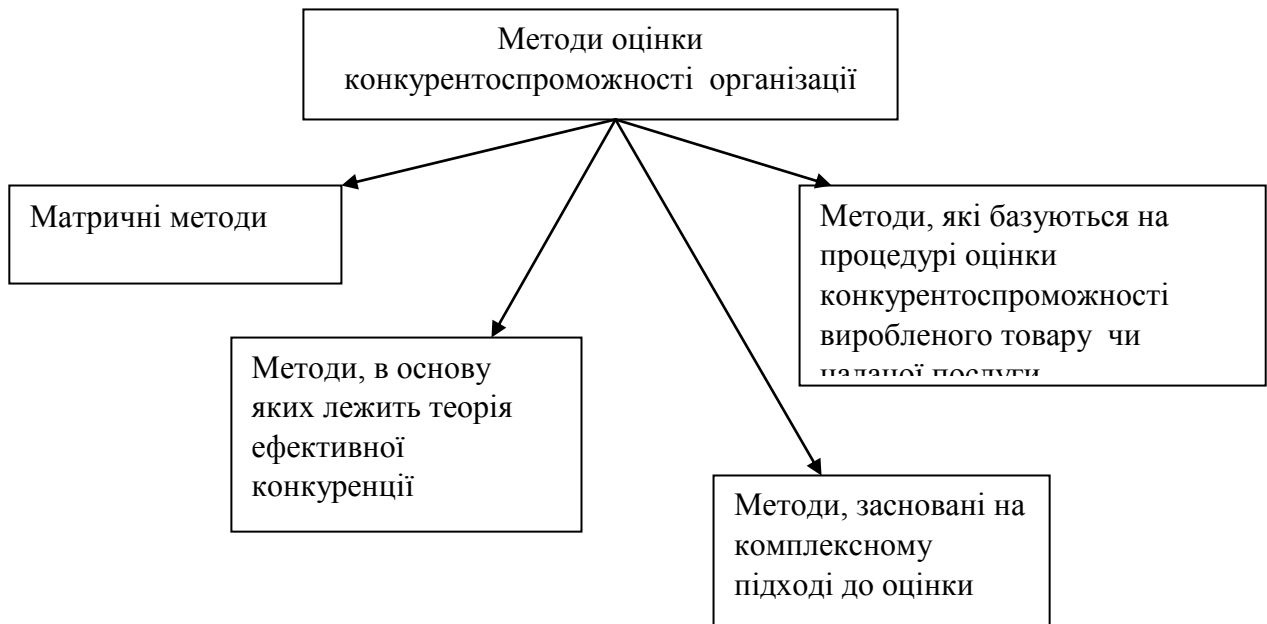


Рис.3. Методи оцінки конкурентоспроможності організації

При цьому, основними умовами забезпечення конкурентоспроможності є: застосування наукових підходів до стратегічного менеджменту; забезпечення єдності розвитку техніки, технології, економіки, управління; застосування сучасних методів дослідження й розробок (ФСА, програмно-цільове планування, теорія прийняття рішень тощо); розгляд взаємозв'язків функцій управління будь-яким процесом на всіх стадіях життєвого циклу об'єкта; формування системи заходів із забезпечення конкурентоспроможності різних об'єктів.

У другому розділі «ОЦІНКА РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ «МИКОЛАЇВСЬКОГО АКАДЕМІЧНОГО ХУДОЖНЬОГО РОСІЙСЬКОГО ДРАМАТИЧНОГО ТЕАТРУ»» автором проаналізовано загальну характеристику, фінансово-господарську діяльності організації та її

конкурентного середовища; визначено основних конкурентів та конкурентних переваг «Миколаївського академічного художнього російського драматичного театру», а також зроблена оцінка конкурентоспроможності організації.

Джерелами формування доходів госпрозрахункової діяльності переваг «Миколаївського академічного художнього російського драматичного театру» в досліджуваному періоді були доходи від: реалізації квитків, показу вистав, надання послуг по проведенню, обслуговуванню культурно-мистецьких заходів та благодійних внесків. Протягом аудиторського дослідження об'єкту аудиту з місцевого бюджету Херсонської області надавалась дотація за загальним та спеціальним фондом по КПКВ 1014010 «Фінансова підтримка театрів», 2414020 «Театри» та КТКВК 110102 «Театри».

Враховуючи, що Театр відповідно до Статутів, створений з метою розвитку театрального мистецтва і театральної справи, формування та задоволення потреб населення в театральному мистецтві, основна діяльність Театру не має на меті одержання прибутку, та фактично є неприбутковим закладом, оцінку ефективності фінансово-господарської діяльності Театру, через відсутність відповідних галузевих показників для аналізу ефективності фінансово-господарської діяльності та управління закладами культури, надати під час аудиту на належному рівні не можливо.

Загальна оцінка ефективності управління Театру проведена, враховуючи оцінку ефективності управління за окремими фінансовими коефіцієнтами і оцінкою ступеня виконання фінансового плану.

Зокрема, оцінкою ефективності управління Театру проведеною за сукупністю коефіцієнтів, які характеризують прибутковість активів, майновий стан, платоспроможність, ліквідність, та ступеню виконання фінансових планів, встановлено наступне. Коефіцієнт рентабельності активів, власного капіталу, діяльності за кінцевим результатом, за період, що досліджується дорівнював 0. Даний факт свідчить про збиткову діяльність закладу.

При цьому навіть при відносно незначній середній вартості квитків на театральні вистави середня завантаженість глядацьких залів протягом періоду

дослідження складала 76 %, 77 % та 64 % при затвердженому фінансовому плані на рівні 80 %, що може свідчити про те, що низька вартість квитка не є критерієм загальнодоступності театрального мистецтва.

В процесі дослідження встановлено, що основними конкурентними перевагами МАХРДТ є:

- середня цінова політика на квитки;
- гарна гра та професіоналізм акторів;
- можливість купити квитки онлайн;
- програма для різних груп населення та віку;
- комфортне транспортне сполучення.

Вагомі оцінки факторів конкуренції, представлені в табл.2.9, наносяться на графічне зображення стратегічної цільової орієнтації, яка відображає відношення факторів конкуренції досліджуваної театральної установи відносно його конкурентів.

Графічне відображення стратегічної цільової орієнтації дозволяє наглядно показати співвідношення конкурентного положення порівнюваних театральних установ на рис.2.

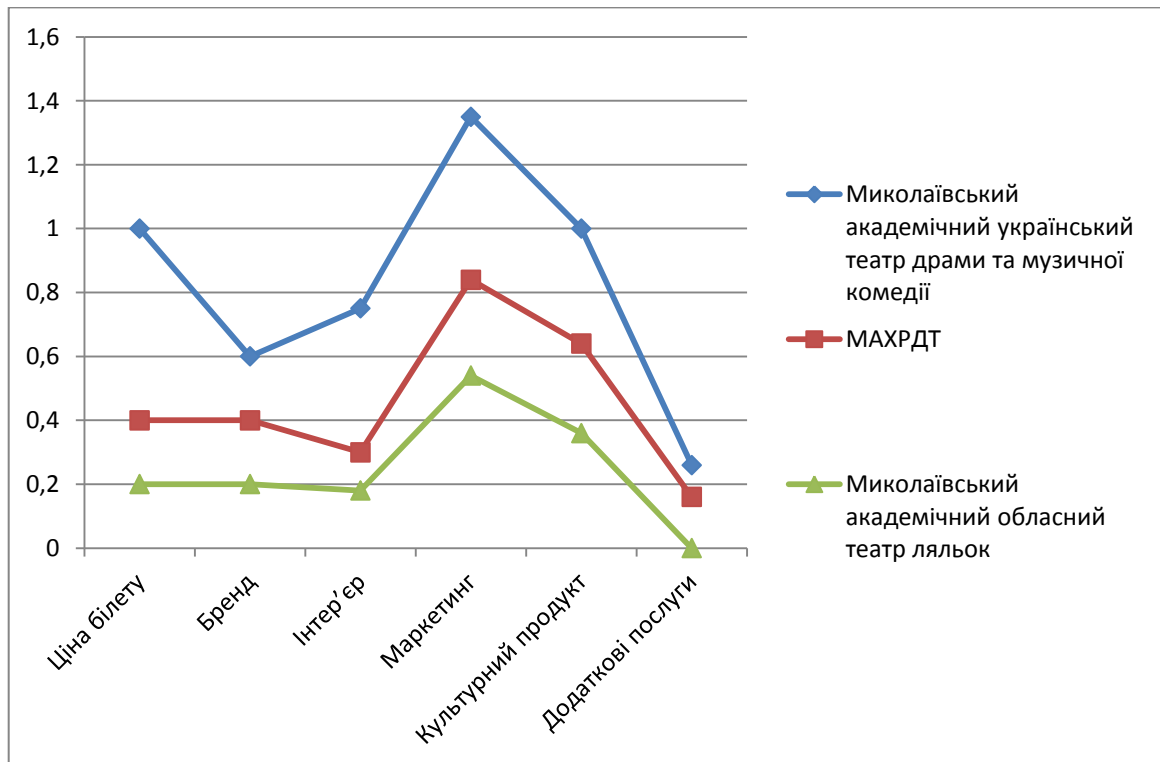


Рис.2. Стратегічна цільова орієнтація галузі театрів м. Миколаєва

По горизонталі знаходяться фактори, які розглядаються як важливі для приваблення споживачів до продуктів та послуг театральних установ. На вертикальній осі відмічено вагоме значення кожного фактору. Високий рівень означає, що в розвиток даного фактору організація вкладає багато коштів, щоб запропонувати своїм споживачам якісні та цікаві продукти.

Даний графік показує, що незважаючи на різні обрані стратегії конкуренції, досліджувані театральні установи пропонують споживачам аналогічні цінності, розбіжності проявляються лише в висоті рівня пропозиції.

Відсутність галузевих нормативів показників для аналізу ефективності фінансово-господарської діяльності та управління закладами культури не дає можливості під час аудиту на належному рівні проаналізувати та дати оцінку ефективності фінансово-господарської діяльності Театру, враховуючи специфіку його діяльності.

З огляду на викладене вище, загальна оцінка ефективності управління Театром заслуговує на середній рівень, однак, у діяльності закладу є недоліки та існуючі проблеми, які можуть негативно впливати на фінансово-господарську діяльність.

У третьому розділі «НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ «МИКОЛАЇВСЬКОГО АКАДЕМІЧНОГО ХУДОЖНЬОГО РОСІЙСЬКОГО ДРАМАТИЧНОГО ТЕАТРУ»» автором запропоновані науково-практичні рекомендації щодо вдосконалення управління конкурентоспроможністю організації та розроблено програму удосконалення управління конкурентоспроможністю та економічно обґрунтовано запропоновані заходи.

Нами були розглянуті основні проблеми конкурентоспроможності Миколаївського художнього російського драматичного театру та розроблено рекомендації щодо удосконалення управління нею.

Серед ризиків, які негативно впливають на конкурентоспроможність театрів можемо виділити наступні:

недостатність фінансування театру при високій вартості постановочних робіт;

відсутність законодавчих актів, які сприяють розвитку благодійності в мистецтві.

Слід враховувати, що в своїй діяльності заклади культури мають бути конкурентоспроможними, формуючи та водночас задовольняючи «піднесені» інтереси та потреби людей. Не меншою проблемою для підвищення конкурентоспроможності закладів культури є те, що в своїй діяльності заклади мають пом'якшувати залежність споживання культурного продукту від платоспроможності населення; реалізовувати культурні послуги для якомога більш широкого кола людей; забезпечувати охорону та примноження цінностей культурного середовища; підвищувати соціальну захищеність своїх працівників.

Для підвищення конкурентоспроможності театру необхідно спрощувати інноваційну організаційну структуру театру. Крім інноваційної організаційної культури для підвищення управління конкурентоспроможності театру необхідно розвивати театральний маркетинг.

Запропоновано впровадити наступні заходи: створити позитивний імідж театру; виявити цільові групи та їх культурні потреби; сформувати орієнтовану на них репертуарної політики; просувати спектаклі, створення певної думки про нього.

Також необхідно враховувати фактори, які можуть потенційно погіршити конкурентоздатність театру на ринку послуг: сезонний інтерес глядачів до театру; зростання ціни, погіршення економічної ситуації в країні та в зв'язку з цим падіння попиту на спектаклі; несприятлива законодавча, фінансова та податкова політика держави; зміни потреб населення, зменшення часу на відпочинок; перенасичення культурно-видовищних заходів.

Пропонуємо застосовувати схему маркетингової діяльності театру, яка сприяє підвищенню конкурентоспроможності театру (рис.3.1.)

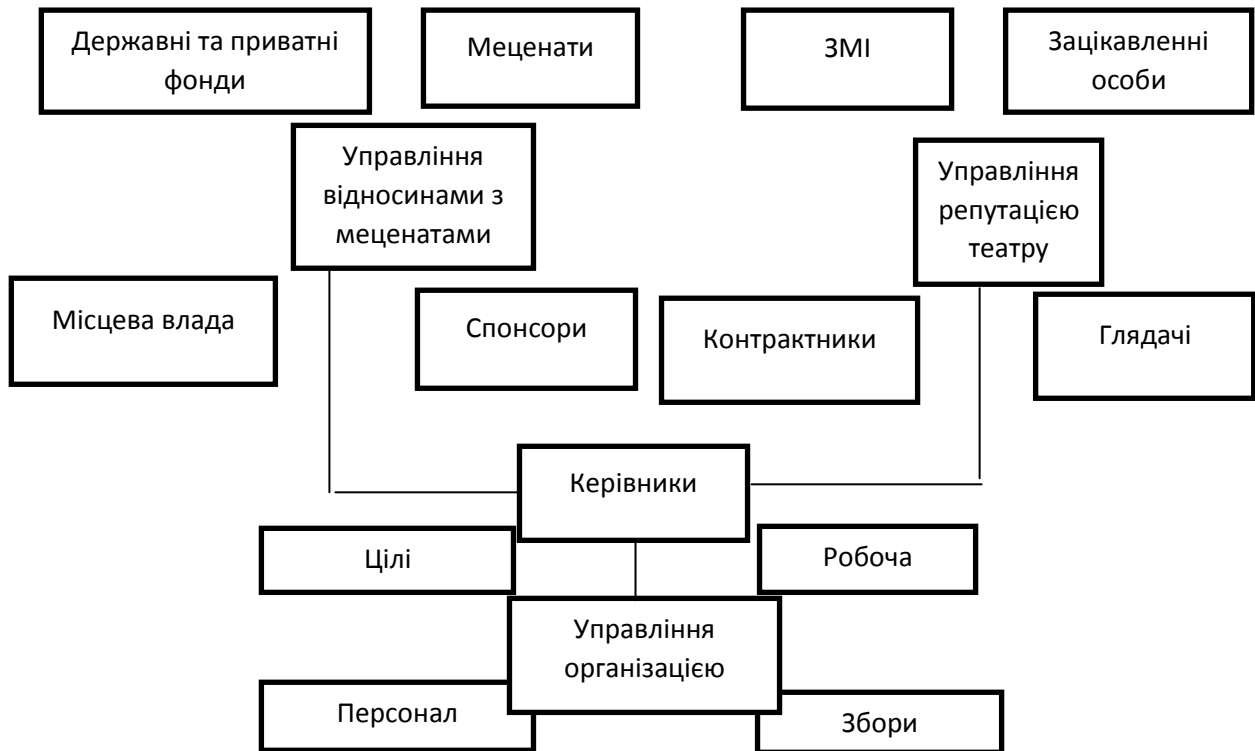


Рис.3.1. Схема маркетингової діяльності для підвищення конкурентоспроможності театру

Необхідно впровадити наступні заходи: створити позитивний імідж театру; виявити цільові групи та їх культурні потреби; сформувані орієнтовані на них репертуарної політики; просувати спектаклі, створення певної думки про нього.

Супутні послуги театру є тим напрямком, вдосконалення якого не торкнеться послугу театру в сенсі збитку художньої цінності, і одночасно з тим дозволить поліпшити її якість. Дослідження, проведені автором, показують, що велику роль в сприятливому сприйнятті послуги театру грають супутні послуги на 3 етапах: до вистави, в день вистави і після перегляду вистави. такі невлімові, але вкрай важливі складові, як вдала атмосфера і комфорт, істотно впливають на сприйняття твору мистецтва, а також на думку про організацію в цілому. оскільки найбільший обсяг інформації про спектаклі і театрах часто

доводиться на WOM маркетинг, ще більше зростає значення думки, складеного глядачами.

Послуги першого етапу (до вистави) включають пошук необхідної інформації про варіанти проведення дозвілля і послуги з купівлі квитків.

Зручний, інформативний сайт театру, варіанти придбання квитків (в тому числі купівля електронних квитків, квитків з доставкою або у організацій партнеров), надання різнобічної, в тому числі освітнього характеру, інформації про театр, історії постановок – сприяють формуванню позитивного враження про театр ще до отримання основної послуги.

Послуги під час вистави істотно впливають на формування особливої театральної атмосфери, яка позначається на загальному враженні від відвідування театру.

На цьому етапі велике значення має людський фактор - ввічливість і доброзичливість співробітників, вміння запобігати і згладжувати можливі конфлікти. Часто можна чути відгуки про те, що неввічливість співробітників, незручність крісел в залі, або конфліктні ситуації з приводу зайнятих місць негативно вплинули на спочатку сприятливе враження. На даному етапі адміністрації театру варто звернути увагу не тільки на людський фактор, а й на формування театральної атмосфери, властивої саме цьому театру.

Для досягнення потрібного ефекту варто стилістично узгоджувати проведені в фойє театру виставки, концерти, інформаційно-освітні заходи.

Завдання послуг після спектаклю - забезпечення повторного відвідування театру, а також зворотного зв'язку: надання глядачам можливості залишити відгук про виставу, обговорити його, отримати запрошення на інші заходи, що проводяться театром, а також інформацію про спеціальні умовах, наприклад, членство в клубі друзів театру.

Створення клубу друзів театру відкриває великі перспективи для роботи з глядачем, пропозиції супутніх послуг, а також діяльності по фандрейзингу шляхом формування бази потенційних меценатів - приватних осіб.

В українських театрах при проведенні різних заходів робота практично завжди здійснюється штатними співробітниками театру або професіоналами з сторонніх організацій. Однак зарубіжний досвід (Наприклад, США) показує, що можна домогтися більш раціонального використання трудових ресурсів, коли на певних етапах роботи крім (або навіть замість) штатних співробітників залучаються волонтери.

Створення Інтернет-форуму театру відкриває такі можливості для роботи з глядачами театру, як: отримання зворотного зв'язку; створіння дружного згуртованого співтовариства постійних глядачів; створення клубу глядачів; пошук волонтерів (з числа користувачів форуму), залучення їх для роботи в театрі; залучення додаткової уваги до театру за рахунок цікавих обговорюваних тем на форумі.

На відміну від сайту, ведення блогу менш популярно серед українських театрів. Блог дає можливість більш безпосереднього спілкування між співробітниками театру і глядачами, він може використовуватися як для розміщення PR- і рекламних матеріалів, статей, інтерв'ю, фото- та відеоматеріалів, анонсів майбутніх подій, так і для проведення онлайн зустрічі з артистами і співробітниками театру.

Таким чином, театр має можливість підвищення ефективності своєї діяльності без залучення великих обсягів фінансових коштів, істотних організаційних змін як на рівні окремо взятого театру, так і на державному рівні. Такі шляхи підвищення ефективності, як вдосконалення супутніх послуг, діяльності по фандрейзингу та комунікацій дозволяють театру більш повно використовувати свої можливості і прагнути істотного підвищення ефективності власної діяльності.

Основну увагу необхідно приділити інтегрованим маркетинговим комунікаціям.

ВИСНОВКИ

В процесі досягнення мети дипломної роботи було досліджено поняття конкурентоспроможності організації, факторів, які на неї впливають та методів її підвищення. Результати дослідження дають змогу викласти наступні висновки та пропозиції:

Дослідження питання теоретико-методологічних основ управління конкурентоспроможністю підприємства, дозволило виявити, що це реальна чи потенційна спроможність організації проводити конкуренту боротьбу, а також протистояти впливу навколишнього середовища, надавати конкурентоспроможні товари чи послуги, займаючись при цьому ефективною діяльністю.

Встановлено, що на конкурентоспроможність Миколаївського академічного художнього російського драматичного театру впливають зовнішні та внутрішні фактори. Внутрішні фактори, які стримують розвиток театру: незадоволеність станом будови, його морально та застарілого обладнання; не досить активне залучення інвесторів та меценатів для підтримки діяльності театру; недостатність коштів для здійснення гастрольної діяльності; відсутність плану додаткових послуг, які пропонуються глядачеві. Наявні зовнішні фактори, які стримують розвиток театру: зростання соціально-демографічних проблем, які характеризують зниження цінностей дітей та молоді, зменшення народжуваності; непривабливість професії в сфері культури; недостатні умови для якісного посилення професійності театральної діяльності; проблеми репертуару; непідготовленість населення до сприйняття високого видку мистецтва.

Доведено, що основним інструментом, який потрібно використовувати для підвищення конкурентоспроможності театру є маркетинг. Сьогодні, в маркетингу сфери театрального мистецтва, у зв'язку зі зростаючою конкуренцією на ринку культури, велика увага має приділятися в першу чергу не тому, щоб знайти нового глядача, а тому, щоб не втратити старого. Комплексна система заходів щодо вдосконалення процесу ціноутворення

повинна орієнтуватися на доступність театрального мистецтва для всіх соціальних верств населення. Ціни на квитки не можна встановлювати довільно. Для залучення нових споживачів та збереження вже існуючих, потрібно: відстежувати ціни конкурентів; проводити вибіркові опитування населення; впроваджувати гнучкість і оперативність у варіюванні цінами; вести постійний облік та контроль виробничо-творчих витрат.

Доведено доцільність застосування інноваційних заходів в Миколаївському академічному художньому російському драматичному театру. А саме: участь в роботі фестивалів сучасного мистецтва, організація нових фестивалів; запрошення постачальників-спеціалістів в інноваційних технологіях та нових формах роботи для проведення майстер-класів; розробка системи заохочення ініціатив робітників, направлених на впровадження інноваційних технологій та нових форм роботи; проведення маркетингових досліджень глядацької аудиторії; розробка та реалізація програми розширення інформаційної присутності в мережі інтернет з метою залучення нових категорій глядачів; організація експериментального молодіжного театру на базі прибудови до театру; модернізація постановочно-виробничого комплексу; організація дослідницької роботи в сфері розвитку театральної справи, участь в науково-практичних конференціях, творчих семінарах.

Всі вищеперераховані заходи дадуть змогу театру підвищити свої доходи, закріплять позитивний імідж театру, його цікавість для глядачів.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДОСЛІДЖЕННЯ

Парталога Н.П. Конкурентні переваги підприємства: стратегічні аспекти / Н.П. Парталога /Студентські наукові студії : Молодіжний науковий журнал. – Миколаїв : Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2019. – прийнято до друку.

Парталога Н.П. Управління конкурентоспроможністю закладів культури / Н.П. Парталога /Студентські наукові студії : Молодіжний науковий журнал. – Миколаїв : Вид-во ЧНУ ім. Петра Могили, 2020. – прийнято до друку.

АНОТАЦІЯ

**Порталога Н.П. Управління конкурентоспроможністю підприємства.
– Рукопис.**

Магістерська робота на здобуття академічного звання магістр з менеджменту за спеціальністю 073 – менеджмент. Чорноморський національний університет ім. Петра Могили. Миколаїв, 2020р.

Магістерська робота присвячена теоретико-методичним основам та практичним питанням зростання конкурентоспроможності. Удосконалено трактування поняття «конкурентоспроможність» та узагальнено підходи до дефініції «управління конкурентоспроможністю». Проаналізовано конкурентоспроможність та управління нею в Миколаївському академічному художньому драматичному театрі. Розроблено рекомендації з підвищення ефективності управління конкурентоспроможністю театру. Економічно обґрунтовано прогностичні показники підвищення ефективності управління конкурентоспроможністю театру.

Ключові слова: конкурентоспроможність, розвиток, заклади культури, організація, управління, оцінка, аналіз, маркетинг.

ANNOTATION

Portaloga N. P. Management of enterprise competitiveness. - Manuscript.

Master's work for the academic title Master of Management in the specialty 073 - Management. Black Sea National University. Petra Mogili. Mykolaiv, 2020

The master's thesis is devoted to theoretical and methodological foundations and practical issues of increasing competitiveness. The interpretation of the concept of "competitiveness" has been improved and the approaches to the definition of "management of competitiveness" have been generalized. The competitiveness and its management in the Nikolaev Academic Artistic Drama Theater are analyzed. Recommendations for improving the effectiveness of theater competitiveness management have been developed. The economic indicators of increasing the efficiency of theater competitiveness management are economically substantiated.

Key words: competitiveness, development, cultural institutions, organization, management, evaluation, analysis, marketing.