

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ ОДЕСЬКИЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

_____ (підпис)

“ ____ ” _____ 201__ р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістра

зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова
діяльність»

за магістерською програмою професійного спрямування
«Економіка, планування та управління бізнесом»

на тему: **«Шляхи підвищення конкурентоспроможності
підприємства (на прикладі агенства нерухомості Атланта)»**

Виконавець:

студентка факультету ФЕУП

Банчуковська Руслана Олегівна _____

/підпис/

Науковий керівник:

д.е.н., професор

Балджи Марина Дмитрівна _____

/підпис/

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. Теоретичні основи конкурентоспроможності підприємства....	6
1.1. Сутність та значення конкурентоспроможності підприємств	6
1.2. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємств.....	16
1.3. Фактори підвищення конкурентоспроможності підприємства.....	23
Висновки до розділу 1	31
РОЗДІЛ 2. Аналіз конкурентоспроможності агентства нерухомості	
«Атланта» на ринку нерухомості.....	34
2.1. Характеристика діяльності агентства нерухомості «Атланта».....	34
2.2. Аналіз ефективності діяльності агентства нерухомості «Атланта» .	36
2.3. Аналіз діяльності основних конкурентів агентства нерухомості	
«Атланта».....	52
Висновки до розділу 2	57
РОЗДІЛ 3. Розробка рекомендацій щодо підвищення ефективності	
роботи агентства нерухомості «Атланта» з метою підвищення	
конкурентоспроможності його послуг	58
3.1. Розробка рекомендацій щодо вдосконалення рекламної кампанії для	
агентства нерухомості «Атланта»	58
3.2. Економічне обґрунтування заходів щодо підвищення ефективності	
роботи.....	65
Висновки до розділу 3	70
ВИСНОВКИ	72
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	76
ДОДАТКИ.....	81

ВСТУП

Актуальність дослідження. В сучасному світі господарська діяльність ґрунтується на ринкових відносинах. Центральним поняттям, що виражає сутність ринкових відносин є конкуренція. Дослідженням проблеми конкуренції та конкурентоспроможності до 90-х років ХХ століття в Україні не займалися через відсутність необхідності, а зараз, в умовах діючої економічної системи та жорсткої конкурентної боротьби, це питання стає дуже актуальним.

Розгляд сутності конкурентоспроможності підприємства є важливим як для економіки країни в цілому, так і для окремих виробників, адже вона є запорукою отримання високого та стабільного прибутку, а також забезпечення життєдіяльності підприємства, його економічної безпеки та стабільного розвитку. Розуміючи це, вітчизняні товаровиробники ставлять перед собою таку мету: задоволення потреб, які існують на ринку, отримання максимального прибутку та збільшення обсягів збуту, розширення частки внутрішнього та зовнішнього ринку, забезпечення необхідного рівня якості та ціни продукції, що виробляється, впровадження нових технологічних процесів і модернізація обладнання.

В сучасних умовах становлення і розвитку ринкових відносин перед кожним підприємством постала проблема оцінки рівня конкурентоспроможності з тим, щоб посилити конкурентну позицію та запропонувати ефективні напрями підвищення. Оцінка конкурентоспроможності є вихідним етапом для розробки стратегічних альтернатив щодо підвищення конкурентних позицій підприємства.

Сьогодні для успішного функціонування підприємства на ринку оцінка його конкурентоспроможності є об'єктивною необхідністю. Як процес виявлення сильних і слабких місць підприємства вона дає можливість максимального удосконалення його діяльності та виявлення його прихованих потенційних можливостей.

Метою роботи є дослідження теоретичних положень, розробок та економічне обґрунтування програми шляхів підвищення конкурентоспроможності АН "Атланта".

Відповідно до мети дослідження поставлено наступні завдання:

- описати сутність та значення конкурентоспроможності підприємств.
- охарактеризувати методи оцінки конкурентоспроможності підприємств.
- охарактеризувати фактори підвищення конкурентоспроможності підприємства.
- надати характеристику діяльності агентства нерухомості «Атланта».
- провести аналіз ефективності діяльності агентства нерухомості «Атланта».
- провести аналіз діяльності основних конкурентів агентства нерухомості «Атланта» .
- розробити рекомендацій щодо вдосконалення рекламної кампанії для агентства нерухомості «Атланта».
- обґрунтувати заходи підвищення ефективності діяльності АН «Атланта».

Об'єктом дослідження є процес підвищення конкурентоспроможності АН «Атланта».

Предметом є дослідження конкурентоспроможності АН "Атланта" та розробка пропозицій щодо її удосконалення.

Методи дослідження. З метою вирішення завдань дослідження було використано комплекс методів дослідження: історичний аналіз - ; системний аналіз; факторний аналіз; економіко-статистичний аналіз; маркетинговий, що представляє собою SWOT-аналіз; порівняльний метод – при дослідженні сучасних підходів конкурентоспроможності підприємств; розрахунково-аналітичний метод – при визначенні проблем, тенденцій і перспектив розвитку досліджуваного підприємства; логічний; графічний; програми Excel.

Інформаційною базою дослідження стали законодавчо-нормативні акти, монографії, спеціальна література, матеріали наукових конференцій та періодичних видань та матеріали, що були надані під час проходження

практики у АН «Атланта». Були розглянуті точки зору різних економістів, а саме: Л. С. Кобиляцький, С. М. Клименко, С. І. Савчук, М. Ткаченко, В. Н. Осипов, А. Н. Литвиненко, Б. В. Букринський, І. О. Тарасенко, Г. І. Трегуб, О. В. Горбач.

Публікації та апробація результатів дослідження. За результатами проведеного дослідження були опубліковані тези на тему «Методи підвищення конкурентоспроможності підприємства у сфері нерухомості» матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет конференції «Розвиток економіки та планування бізнесу в сучасних умовах: проблеми та шляхи вирішення», 14-15 вересня 2017 року, м.Одеса.

За результатами виконання кваліфікаційної роботи магістра опубліковано 1 статтю: «Підвищення конкурентоспроможності підприємства у сфері нерухомості» в збірнику наукових праць «Науковому віснику Одеського національного економічного університету» №10 2017 року, м.Одеса.

ВИСНОВКИ

Таким чином, за результатами виконання роботи можна зробити наступні висновки:

1. Конкуренція змушує товаровиробників впроваджувати у виробництво інноваційні процеси та технології для зменшення витрат на виробництво. Тим самим вони підвищують якість товару та привертають увагу нових покупців, а отже й збільшують власні прибутки. В умовах конкуренції завжди проявляється конкурентоспроможність, причому на різних рівнях, які необхідно враховувати при управлінні нею. Проведене дослідження доводить, що конкурентоспроможність підприємства – це складне багатоаспектне поняття, яке означає суперництво, боротьбу за досягнення найкращих результатів, отримання конкурентних переваг шляхом ефективного використання всіх наявних ресурсів, виготовлення та реалізації конкурентоспроможної продукції та отримання прибутку від ведення ефективної господарської діяльності.

2. Оцінку конкурентоспроможності слід здійснювати шляхом зіставлення параметрів аналізованої вітчизняної продукції з параметрами конкурентного імпортованого аналога.

Найчастіше використовується комбінація стратегій, що призводять до поєднання стратегічних прийомів. Разом з тим наведені стратегії можуть бути орієнтиром майбутньої діяльності підприємства залежно від рівня його конкурентоспроможності в цілому та окремих її складових. Фахівці вважають, що жодне підприємство не може досягти переваги над конкурентами абсолютно за всіма характеристиками конкурентоспроможності. Необхідний вибір пріоритетів і вироблення стратегій, що найбільшою мірою відповідають тенденціям розвитку ринкової ситуації і найкращим способом використовують сильні сторони підприємства.

Однак не існує однієї загальноприйнятої методики оцінки конкурентоспроможності. У більшості робіт автори пропонують

використовувати різні чинники конкурентоспроможності. Через те існує необхідність розробки методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності вітчизняних підприємств та їх продукції.

3. Підвищення конкурентоспроможності пов'язано з розробкою та вибором відповідних стратегій, формування й коригування яких відбувається практично постійно. Стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства мають формуватися у лоні клієнтоорієнтованої парадигми інноваційного розвитку сучасного підприємства: вони мають бути не вузько забезпечувальними функціональними, а комплексними з власним стратегічним набором та базовим логічним інструментарієм сучасного менеджменту, що виконує роль драйвера в системі управління конкурентоспроможністю підприємства та забезпечує його конкурентостійкість й довготривалу прибутковість. Залежно від ринкової ситуації, умов середовища функціонування, рівня конкурентних переваг, методів конкурентного суперництва підприємство обирає відповідну стратегію конкурентоспроможності та модель поведінки. Вибір стратегій конкурентоспроможності доцільно здійснювати за взаємозв'язком стадій економічного розвитку підприємств і їх стратегічних типів, використовуючи багатовимірний простір. Таким чином, обґрунтовані методичні підходи до розробки стратегій підвищення конкурентоспроможності описують послідовність і взаємозв'язок необхідних заходів, підкреслюють клієнтоорієнтовану цінніснокомпетентісну інноваційну спрямованість таких стратегій, заснованих на мінливих конкурентних перевагах.

4. Підприємство «Атланта» відкрила свій перший офіс в Одесі в червні 2003 року. На сьогоднішній день підприємство «Атланта» перетворилася в лідера ринку нерухомості завдяки роботі наших франчайзі і ріелторів, впевнено зарекомендували себе як професіоналів. Основою метою створення агентства по нерухомості «Атланта» є здійснення підприємницької діяльності для отримання прибутку.

5. За результатами аналізу фінансової діяльності агентства можна відзначити, що підприємство АН «Атланта» стоїть далеко не на останньому місці за кількістю замовлень на надання ріелторських послуг. Підприємство працює дуже злагоджено, вся система управління організацією продумана до дрібниць. Свої позиції на ріелторському ринку м. Одеси компанії АН «Атланта» безумовно слід зміцнювати і використовувати якомога більше своїх можливостей в жорсткій конкурентній боротьбі.

6. Виконаний аналіз підштовхує до висновку, що у агентства нерухомості «Атланта» ті ж самі можливості та загрози, що і у його прямих конкурентів. При цьому, врахувавши слабкі і сильні сторони конкурентів, агентство нерухомості «Атланта» може підготувати таку пропозицію своїм клієнтам, яке дасть можливість витримувати конкуренцію на ринку. На сьогоднішній день «Атланта» цілком може витримувати конкурентну боротьбу з боку конкурентів.

7. Запропоновані наступні заходи, які підвищать конкурентоспроможність фірми, і, як наслідок, приведуть до підвищення економічних показників: вдосконалення діяльності за допомогою введення в штат експерта з нерухомості; розширення мережі філій як за рахунок відкриття власних, так і за рахунок залучення в мережу самостійних агентств; посилення просування.

Витрати на виконання заходу з введення в штат експерта з нерухомості будуть включати витрати на оплату праці експерта які складуть 168 тис. грн. на рік, включаючи ЄСП, ефект - збільшення виручки на 3%.

Також АН «Атланта» рекомендується відкрити власний новий офіс. Капітальні вкладення відкриття нового офісу складуть 67 тис. грн., а постійні середньомісячні витрати – 31960 тис. грн.

Планується, що середньомісячна виручка нового офісу в перший місяць роботи буде в песимістичному варіанті на 40% нижче, ніж виручка в діючому офісі та завдяки рекламній кампанії буде збільшуватись на 10 % кожен місяць.

В оптимістичному варіанті виручка буде нижча на 30% і буде збільшуватись на 20 % кожен місяць.

В реалістичному варіанті виручка буде нижча на 35% і буде збільшуватись на 15 % кожен місяць.

Заплановано застосовувати такі рекламні засоби: реклама в газетах; реклама на телебаченні; реклама на радіо; реклама в Інтернеті.

Загальний бюджет рекламної кампанії складе 83000,00 грн.

Сума 83000 грн. дає можливість повноцінно провести план рекламної кампанії і не виходить за рамки запланованого бюджету. Всі заходи щодо поліпшення впізнаваності компанії приведуть до підвищення ефективності діяльності АН «Атланта», до збільшення прибутку, підтримання позитивного іміджу та реалізації заданих цілей.

8. Проаналізувавши АН «Атланта» можна представити планові результати діяльності підприємства.

При песимістичному варіанті економічного ефекту проекту АН «Атланта» прибуток буде 13320 тис. грн.

При оптимістичному варіанті економічного ефекту проекту АН «Атланта» прибуток буде 91647 тис. грн.

При реалістичному варіанті економічного ефекту проекту АН «Атланта» прибуток буде 20365 тис. грн.

9. Аналіз ефективності запропонованої рекламної кампанії показав, що рекомендації ефективні при першій-ліпшій нагоді розвитку ситуації, навіть при песимістичному варіанті.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Балабанова Л. В. Управління конкурентоспроможністю підприємств на основі маркетингу: монографія / Л. В. Балабанова, А. В. Кривенко. - Донецьк: ДонНУЕТ ім. Туган-Барановського, 2004. – 147 с.
2. Безопасность предпринимательской деятельности / Н.П. Ващекин, М.И. Дзलिएв, А.Д. Урсул. - М. : Экономика, 2002. – 432 с.
3. Березін О. В. Економіка підприємства. - К. : Знання, 2009. – 390 с.
4. Березін, О. В. Управління потенціалом підприємства: навч. посібник / О. В. Березін, С. Т. Дуда, Н. Г. Міценко. - Львів : Магнолія-2006, 2011. – 308 с.
5. Васильців Т. Г. Економіка малого підприємства : навч. посіб. / Т. Г. Васильців, О. І. Іляш, Н. Г. Міценко ; за ред. д-ра екон. наук Т. Г. Васильціва. – К. : Знання, 2013. – 446 с.
6. Гетьман О.О. Економічна діагностика : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Гетьман О.О., Шаповал В.М. - К. : Центр навчальної літератури, 2007. – 307 с.
7. Горбач О. В. Економічна оцінка конкурентоспроможності машин на стадії технологічної підготовки виробництва: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня. канд. екон. наук / О. В. Горбач. - Харк. держ. ун-т. - Х., 1999. – 16 с.
8. Гринчуцький В.І. Економіка підприємства: навч. посібник / В.І. Гринчуцький, Е.Т. Карапетян, Б.В. Погрішук. - К.: Центр учбової літератури, 2010. – 304 с.
9. Гриценко К. Г. Моделювання оцінки конкурентоспроможності страхових компаній на основі нечіткої логіки / К. Г. Гриценко // Збірник наук. праць ДВНЗ «УАБС НБУ» Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. - Суми: ДВНЗ Українська академія банківської справи НБУ, 2010. – Вип.29. – С. 103-113.

10. Грицюк Е. О. Економіка підприємства: навчальний посібник. - К. : Дакор, 2009. – 304 с.
11. Гудзь О.Є. Формування та механізм реалізації стратегії управління конкурентоспроможністю аграрного підприємства / О.Є. Гудзь, О.С. Степасюк /// Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія «Економіка, аграрний менеджмент, бізнес» / редкол.: Д.О. Мельничук (відп. ред.) та ін. – 2011. – Вип. 168. – Ч. 1 – С. 194-203.
12. Довбенко В. І. Чинники підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств за умов глобалізації / В. І. Довбенко // Зовнішня торгівля: право та економіка. – 2007. - № 6 (35). – С. 29-35.
13. Должанський І. З. Конкурентоспроможність підприємства: навч. посібник / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. - Київ: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
14. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти : монографія / Драган О.І. - К. : ДАКККиМ, 2006. – 160 с.
15. Економіка підприємств: підручник / Ф. В. Горбонос [и др.]. - К. : Знання, 2010. – 463 с.
16. Економіка підприємства [Текст] : підручник для вищої школи / за заг. ред. Л. Г. Мельника. - Суми: Університетська книга, 2012. – 864 с.
17. Економіка підприємства: навчальний посібник для вищої школи. - Львів: Новий Світ - 2000, 2012. – 439 с.
18. Ефективність системи управління підприємством: теоретико-методологічні аспекти та механізми реалізації [Текст] : монографія / Харків. ін-т фінансів ; за заг. ред. Г. О. Дорошенка. - Харків: НТМТ, 2014. – 424 с.
19. Жигалов В. Т. Основи менеджменту і управлінської діяльності /В.Т.Жигалов, Л. М. Шимановська. – К. : Вища шк., 2010. – 223 с.

20. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках / П.С. Завьялов. - М.: ИНФРА-М, 2000. – 365 с.
21. Клименко С. М. Управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посіб. / С. М. Клименко, О. С. Дубова, Д. О. Барабась та ін. - К.: КНЕУ, 2006. – 527 с.
22. Кобиляцький Л. С. Управління конкурентоспроможністю: навч. посіб. для вузів / Л. С. Кобиляцький. - К.: Зовнішня торгівля, 2003 – 304 с.
23. Ковальчук І.В. Економіка підприємства: навч. посібник. - К. : Знання, 2008. – 679 с.
24. Конкурентоспособность продукции и предприятия / Букринский Б. В., Лазварева Е. В., Агеева И. Н. и др.; научн. ред. Букринский Б. В. - Одесса: ИПРЭЭИ НАН Украины, 2002 – 131 с.
25. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія / за заг. ред. О.Г. Янкового. - Одеса: Атлант, 2013. – 470 с.
26. Корецький М. Х. Стратегічне управління: навч. посібник / М. Х. Корецький, А. О. Дегтяр, О. І. Дацій. - К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 240 с.
27. Коробов М. Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємства /М. Я. Коробов. – К. : Знання, 2010. – 276 с.
28. Кривов'язюк І. В. Підприємство в умовах ринку: навчальний посібник. - К. : Кондор, 2009. – 840 с.
29. Мочерний С. В. Світове господарство в умовах глобалізації / С. В. Мочерний, Я. С. Ларіна, С. В. Фомішин - К.: Нікацентр, 2006. – 200 с.
30. Осипов В. Н. Оценка конкурентоспособности продукции производственного назначения / В. Н. Осипов, В. А. Диленко, А. А. Стрелець - Одесса: ИПРЭЭИ НАН Украины, 2001. – 152 с.
31. Пеліхов Є. Ф. Економіка сучасного підприємства: навч.-метод. і практ. посібник. - К. : Хай-Тек Прес, 2009. – 344 с.

32. Портер М. Международная конкуренция; пер. с англ. / под ред. В. Д. Щетинина. - М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
33. Рибаква О.В. Конкуренція і конкурентоспроможність: економічна суть та фактори підвищення / Рибаква О.В. [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://archive.nbu.gov.ua>.
34. Савицкая В. Г. Экономический анализ: Учеб. / Г. В. Савицкая. - 10-е изд., испр. - М.: Новое знание, 2004. – 640 с.
35. Савчук С. И. Методы оценки конкурентоспособности: логика построения и анализ возможностей / С.И. Савчук // Вісник Тернопільської академії народного господарства. Економіко-математичне моделювання. – 2003. - № 14 – С. 54-65.
36. Стратегічний маркетинг як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.zn.kiev.ua>.
37. Тарасенко І. О. Удосконалення методів оцінки та аналізу конкурентоспроможності продукції на підприємствах промисловості / І. О. Тарасенко // Вісник Технологічного університету Поділля. Економічні науки. – 2003. - № 5 / Ч 2, Т 1 – С. 204-207.
38. Ткаченко М. Методичне забезпечення оцінки конкурентоспроможності товарів / М. Ткаченко // Вісник КДТЕУ. – 1999. - № 2. – С. 135-144.
39. Томпсон-мл. А.А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А.А. Томпсон-мл., А.Дж. Стрикленд. - К. : Вільямс, 2003. – 924 с.
40. Трегуб Г. І. Удосконалення методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності продукції / Г.І. Трегуб // Механізм регулювання економіки. – 2002. - № 3-4. – С. 252-258.
41. Управління конкурентоспроможністю підприємства : Навчальний посібник. - С.М. Клименко, О.С. Дуброва та ін. - К.: КНЕУ, 2006. – 527 с.
42. Фатхудинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации. Эксклюзивные технологии формирования стратегии повышения

- конкурентоспособности организации: теория, методика, практика / Р. А. Фатхудинов. - М.: ЭКСМО, 2004 – 541 с.
43. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг / Р.А. Фатхутдинов. - 3-е изд. - М.: Нижний Новгород ; Питер, 2003. – 324 с.
44. Фатхутдінов Р.А. Управління конкурентоздатністю організації: підручник / Р.А. Фатхутдінов, Г. В. Осовська. - К.: Кондор, 2009. – 470 с.
45. Харченко Т.Б. Забезпечення конкурентоспроможності підприємств як засіб ринкового реформування економіки / Т. Б. Харченко // АПЕ. – 2003. - № 2. – С. 70-73.
46. Хмурова В.В. Менеджмент підприємницької діяльності: навч. посібник. /Київ. нац. ун-т технологій та дизайну. -К.: Центр учбової літератури, 2013. – 284 с.
47. Чепурной И.И. Конкурентоспособность продовольственных товаров / И.И. Чепурной. - М. : Маркетинг, 2002. – 432 с.
48. Череп А. В. Стратегічне планування і управління: навчальний посібник / А. В. Череп, А. В. Сучков. - К. :Кондор, 2011. – 334 с.
49. Шершньова З.Є. Стратегічне управління: Підручник / Шершньова З.Є. - 2-ге вид., перероб. і доп. - К. : КНЕУ, 2004. – 699 с.
50. Шпіг Ф. І. Конкурентоспроможність банку: фактори та критерії оцінки / Ф. І. Шпіг // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: збірник наукових праць. - Суми: УАБС НБУ, . 2006. – Т.16.