

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра Економіки підприємства та організації підприємницької діяльності
(найменування кафедри)

Допущено до захисту
Завідувач кафедри
Грінченко Р.В.

_____ (підпис)

“21” грудня 2023 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
(шифр та найменування спеціальності)
за освітньою програмою професійного спрямування
«Економіка та стратегія розвитку підприємства»
(назва освітньої програми)

на тему: «Формування елементів стратегії розвитку
ТОВ «ПРОМІНЬ-12»
(назва теми)

Виконавець:

студент центру заочної та вечірньої форм
навчання

Гльченко Дар'я Ігорівна _____ /підпис/
(прізвище, ім'я, по батькові)

Науковий керівник:

Д.е.н., доцент
(науковий ступінь, вчене звання)

Грінченко Раїса Володимирівна _____ /підпис/
(прізвище, ім'я, по батькові)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ТА РОЛЬ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	6
1.1. Поняття стратегії підприємства, їх види та особливості.....	6
1.2. Місце та роль формування стратегії розвитку підприємства.....	13
1.3. Етапи формування стратегії розвитку підприємства.....	18
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ПРОМІНЬ – 12»	24
2.1. Загальна характеристика підприємства.....	24
2.2. Аналіз та оцінка зовнішнього середовища функціонування підприємства.....	31
2.3. Аналіз техніко-економічних показників підприємства.....	40
2.3. Оцінка передумов формування стратегії розвитку підприємства....	49
РОЗДІЛ 3. ФОРМУВАННЯ ЕЛЕМЕНТІВ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «ПРОМІНЬ – 12».....	55
3.1. Теоретичне обґрунтування формування елементів стратегії розвитку підприємства.....	55
3.2 Оцінка ефективності формування елементів стратегії розвитку підприємства.....	65
ВИСНОВКИ.....	77
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	80
ДОДАТКИ.....	85

ВСТУП

Актуальність теми. На сучасному етапі розвитку ринкових відносин в Україні однією з важливих проблем є недостатня кваліфікація в управлінні в різних галузях господарювання. Стратегія виступає як ефективний інструмент управління, який може допомогти у подоланні цих проблем.

Загалом, стратегія - це набір правил і принципів, за якими приймаються управлінські рішення в ході реальної діяльності. Вона є ключовим інструментом для досягнення стратегічних та фінансових цілей компанії. Для формулювання стратегії розвитку необхідно вивчити всі внутрішні та зовнішні фактори, які можуть впливати на організацію. Основуючись на положенні та особливостях компанії на ринку, менеджер може вдосконалити стратегію розвитку, щоб досягти визначених результатів та фінансових цілей.

Один з ключових аспектів стратегічного управління - це визначення засобів для досягнення стратегічних цілей підприємства. Ця задача може бути досить складною, оскільки вона вимагає ретельного аналізу і врахування різних факторів, таких як ресурси, технології, конкуренція тощо.

Слід зауважити, що сучасна криза в Україні не обов'язково обумовлена докорінними змінами у соціально-економічній системі, а скоріше відображає структурні проблеми виробництва, відсталість і низьку ефективність виробничих ресурсів і технологій, а також втрату конкурентоспроможності товарів і продукції сільськогосподарських підприємств. Зміна цієї тенденції можлива через розвиток економічних відносин і фундаментальну перебудову відносин між споживачами і виробниками.

Мета і завдання дослідження. *Метою кваліфікаційної роботи є визначення оптимальної стратегії, яка може значно підвищити результативність та конкурентоспроможність підприємства. Кожна компанія є унікальною за своєю природою, і процес розробки стратегії має бути індивідуальною і специфічною для кожного підприємства. Він обумовлений динамікою розвитку, позицією підприємства на ринку, поведінкою*

конкурентів, ресурсами, економічною ситуацією, особливостями продукту, який виробляється, і багатьма іншими факторами.

Досягнення поставленої мети зумовило розв'язання таких завдань:

- навести поняття стратегії підприємства, їх види та особливості;
- описати місце та роль формування стратегії розвитку підприємства;
- розглянути етапи формування стратегії розвитку підприємства;
- навести загальну характеристику ТОВ «Промінь-12»;
- здійснити аналіз та оцінка зовнішнього середовища функціонування підприємства;
- провести аналіз техніко-економічних показників підприємства;
- надати оцінку передумов формування стратегії розвитку підприємства;
- вивчити теоретичне обґрунтування формування елементів стратегії розвитку ТОВ «Промінь-12»;
- здійснити оцінку ефективності формування елементів стратегії підприємства.

Об'єкт дослідження. Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є стратегія розвитку ТОВ «Промінь-12».

Предмет дослідження. Предметом дослідження кваліфікаційної роботи є сукупність практичних рекомендацій щодо написання стратегії розвитку діяльності підприємства.

Методи дослідження. У дослідженні використано: соціологічний, спеціальний загальнонауковий, теоретичний, емпіричний, соціологічний, статистичний (вивчення документів, різноманітні інтерв'ю, анкетування, методи первинної обробки даних, групування, ранжирування, складання статистичних таблиць), техніко-економічний аналіз і порівняння, а також професійне узагальнення.

Наукова новизна. Науковий результат доповнює відомі теоретичні та практичні положення щодо формування елементів стратегії розвитку підприємства.

Інформаційна база дослідження: періодичні видання та економічна література, документи Держстату України, аналітичні дані з багатьох сфер діяльності підприємництва, програми розвитку підприємництва, рішення органів саморегулювання місцевих та державних органів щодо малого та середнього підприємництва.

Практичне значення отриманих результатів цієї кваліфікаційної роботи надзвичайно важливе для ТОВ "Промінь-12" і може бути використане для покращення управління діяльністю підприємства та забезпечення його конкурентоспроможності. Результати дослідження та аналізу, проведені в цій роботі, можуть послужити основою для розробки і впровадження системи управління, яка відповідатиме конкретним потребам і умовам ТОВ "Промінь-12".

Структура роботи відповідає науковим вимогам та логічно викладає отримані результати дослідження. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (60 найменувань) та 6 додатків. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи магістра становить 83 сторінки комп'ютерного тексту, містить 29 таблиць та 10 рисунків.

ТОВ "Промінь-12" розташоване за адресою: Україна, 67383, Одеська область, Роздільнянський район, село Лучинське, вулиця Шевченка, будинок 36. Основний вид діяльності ТОВ "Промінь-12" - це вирощування зернових культур (крім рису), бобових культур і вирощування насіння олійних культур.

Політичні фактори включають в себе стабільність політичної обстановки, захист інтересів підприємців державою, ставлення до різних форм власності і інші аспекти. Правові фактори охоплюють законодавчу систему, включаючи нормативні документи щодо захисту навколишнього природного середовища, стандарти виробництва і споживання товарів, а також законодавство, спрямоване на захист прав споживачів і регулювання реклами та упаковки. У своїй діяльності ТОВ "Промінь-12" дотримується законодавчої бази України, щоб забезпечити свою захищеність та відповідність законам.

Під час PEST-аналізу були виявлені сприятливі і несприятливі тенденції, а також проаналізовано можливий вплив чотирьох основних макросередовищних факторів на діяльність ТОВ "Промінь-12".

Стратегія охоплює всі аспекти діяльності ТОВ "Промінь-12" і зобов'язує всіх співробітників досягати постійного прогресу та досягнення високих результатів. Процес формування стратегії розпочинається тоді, коли люди розуміють потребу вдосконалення та отримання переваги над конкурентами.

При створенні та впровадженні стратегій важливо постійно враховувати зміни, що відбуваються під впливом зовнішнього та внутрішнього середовища, які були розглянуті та проаналізовані раніше. Тому потрібно вносити необхідні корективи своєчасно. З часом стратегія розширюється і набуває нових якісних характеристик.

У випадку ТОВ "Промінь-12" важливо відзначити, що в аграрному секторі лише декілька вітчизняних підприємств беруть участь у розробці та впровадженні стратегій і при цьому досягають прибутковості. Більшість з них не можуть визначити напрямок майбутнього розвитку через відсутність необхідних знань, навичок та умінь у сфері стратегічного управління.

При виборі стратегічного напрямку розвитку ТОВ "Промінь-12" слід враховувати ряд факторів, таких як потенціал підприємства, його цілі, технології виробництва, характеристики виробленої продукції, стан ринку, конкурентна позиція, стратегії конкурентів, потреби споживачів, економічна та політична ситуація в країні, рівень науково-технічного прогресу, природні умови та клімат тощо.

Для забезпечення подальшого зростання та розвитку компанії необхідно постійно удосконалювати її бізнес-процеси та розширювати асортимент послуг і продуктів. Це вимагає вдосконаленого механізму роботи, враховуючи фінансові показники. Можливо, потрібне якісне підвищення ефективності діяльності ТОВ "Промінь-12" та зміцнення організаційно-економічного механізму підприємства з метою підвищення його конкурентоспроможності на ринку.

Для досягнення ефективності у діяльності ТОВ "Промінь-12" важливо постійно впроваджувати нові послуги або продукти. Головною динамічною силою, що впливає на цей процес, є клієнти, а також бізнес-процеси компанії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз господарської діяльності: навчальний посібник. / за заг. ред. І.В. Сіменко, Т.Д. Косової. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 383 с.
2. Андреева Г. І. Економічний аналіз: Навч.-метод. посіб. Київ: Знання, 2018. 263 с.
3. Бакаленко О.М. Маркетинг. Київ: Знання, 2020. 637 с.
3. Бланк І.А. Торговий менеджмент. Київ: УФІМБ, 2017. 316 с.
6. Бурцев В.В. Збутова і маркетингова діяльність. Київ: УФІМБ, 2019. 316 с.
6. Виниченко С.Т. Комерційна діяльність підприємства. Київ: Вища школа, 2018. 228 с.
7. Герасимчук В.Г. Маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ: Вища шк., 2016. 327 с.
8. Грабовецький Б.Є. Економічний аналіз: підручник для ст-тів ВНЗ. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 266 с.
9. Гринів Б. В. Аналіз товарообороту підприємств роздрібної торгівлі: навч. посіб. Львів: вид-во Львівської комерційної академії, 2006. 138 с.
10. Гринів Б. В. Економічний аналіз діяльності підприємств торгівлі в умовах ринкової трансформації. Проблеми трансформування ринкової економіки: Міжвідомчий зб. Спец. вип. Трансформація курсу «Економічний аналіз діяльності підприємства». Київ: КНЕУ, 2012. 178 с.
11. Дихтль Е. Хершген Х. Практичний маркетинг. Київ: Знання, 2016. 393 с.
12. Економічний аналіз: підручник. / наук. ред. Є.В. Мних. Київ: Знання, 2011. 630 с.
13. Економічний аналіз: навч. посіб. / наук. ред. М. Г. Чумаченка. Київ: КНЕУ, 2016. 630 с.
13. Економічний аналіз: навч. посіб. / наук. ред. Ф. Ф. Бутинця. Житомир: Рута, 2013. 680 с.

16. Економічний аналіз: Навч. посібник. / гаук. ред. М.А. Болюх, В.З. Бурчевський, М.І. Горбаток та ін. Вид. 2-ге, перероб. і доп. Київ: КНЕУ, 2018. 666 с.
16. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання: Підруч. для ВНЗ. / наук. ред. Попович П.Я. Тернопіль: Свалія, 2017. 366 с.
17. Економіка підприємства: навч. посіб. / наук. ред. А. А. Фастовець. Київ: НМЦ Укоопосвіта, 2020. 672 с.
18. Еванс Дж., Р. Берман Б. Маркетинг. Київ: Знання, 2011. 212 с.
19. Історія виникнення та розвитку ТОВ «Промінь 12». URL: <https://odnodata.com/egrpou/38803018> (дата звернення 26.09.2023).
20. Івахненко В. М., Горбатюк М. І. Курс економічного аналізу: Навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. Вид. 3-тє, без змін. Київ: КНЕУ, 2016. 302 с.
21. Івахненко В. М. Курс економічного аналізу: Навчальний посібник. 6-те вид., випр. і доп. Київ: Знання, 2016. 261 с.
22. Івахненко В. М. Теорія економічного аналізу: Навчальний посібник. Київ: КНЕУ, 2016. 232 с.
23. Загородній В. Г., Мних Є. В., Рудницький В. С. Облік, аналіз та аудит. Навчальний посібник. Київ: Кондор, 2019. 618 с.
23. Зубовський О.М. Економіка підприємства: Опорний курс лекцій. Київ: Європейський університет, 2018. 63 с.
26. Звітність підприємств, її характеристика. URL: https://www.audit-it.ru/buh_otchet/7710033130 (дата звернення 26.09.2023).
26. Кайлюк Є. М. К16 Стратегічний менеджмент: навчальний посібник. Харків: ЮНІТИ, 2016. 381 с.
27. Канаян Кіра і Рубен Мерчандайзинг. Київ: Знання, 2016. 393 с.
28. Котлер Ф.І. Основи маркетингу. Київ: Знання, 2016. 313 с.
29. Калашников В.А. Словник ринкової економіки. Київ: Знання, 2013. 273 с.

30. Крилова Г.Д., Маркетинг: теорія і практика. Київ: Знання, 2017. 383 с.
31. Кожайв Ю.П. Маркетинг. Київ: Знання, 2018. 189 с.
32. Кармазін В. А., Савицька О. М. Економічний аналіз: Практикум. Київ: Знання, 2017. 266 с.
33. Кіндрацька Г. І., Білик М. С., Загородній А. Г. Економічний аналіз: Підручник. / за ред. проф. А. Г. Загороднього. Київ: Знання, 2018. 387 с.
33. Кіндрацька Г. І. Економічний аналіз: підручник. 3-тє вид., переробл. і допов. Київ: Знання, 2018. 387 с.
36. Ковальчук М. І. Економічний аналіз діяльності підприємств: Підручник. Київ: КНЕУ, 2016. 390 с.
36. Косова Т. Д., Сухарев П. М., Ващенко Л. О. та ін. Організація і методика економічного аналізу. Навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 628 с.
37. Купалова Г. І. Теорія економічного аналізу: навчальний посібник. Київ: Знання, 2018. 639 с.
38. Маркетингове дослідження підприємства. URL: https://knowledge.allbest.ru/marketing/3c0a66626b3ad79a_0.html (дата звернення 26.09.2023).
39. Москвітін Т.Д. Черепов В.В. Комерційні зв'язки торговельного підприємства. Київ: Знання, 2016. 632 с.
30. Маркетингова діяльність бізнесу. URL: <https://ua-referat.com/> (дата звернення 26.09.2023).
31. Марцин В.С. Економіка торгівлі: підручник. Київ: Знання, 2016. 302 с.
32. Мец В. О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства: Навч. посібник. Київ: Вища школа, 2013. 278 с.
33. Методичні рекомендації щодо складання фінансового плану торговельного підприємства. Київ: Укоопспілка, 2012. 39 с.

33. Мних Є. В. Економічний аналіз: підручник. 2-ге вид., перероб. та доп. Київ: Центр навчальної літератури, 2016. 372 с.
36. Нежданов Д.В. Політичний маркетинг. Київ: Знання, 2019. 1983 с.
36. Оцінка ефективності рекламної компанії. URL: <http://www.grandars.ru/student/marketing/html> (дата звернення 26.09.2023).
37. Організаційно-правова форма діяльності. URL: https://vuzlit.ru/1931336/organizatsionno_pravovaya_forma (дата звернення 01.03.2022).
38. Основи менеджменту. / наук. ред. Андрушків Б.М., Кузьмін О.Є. Львів: Світ, 2013. 296 с.
39. Основи менеджменту і управлінської діяльності: Підручник. / наук. ред. Жигалов В.Т., Шимановська Л.М. Київ: Вища школа, 2013. 223 с.
60. Основи менеджменту для керівників. / наук. ред. Кредісова А.І. Панченко Є.Г. Київ: Знання, 2016. 666 с.
61. Основи менеджменту. / наук. ред. Кузьміна О.Є., Мельника О.Г. Київ: Академвидав, 2013. 316 с.
62. Операційний менеджмент. / наук. ред. Курочкина А.С. Київ: МАУП, 2016. 133 с.
63. Основи менеджменту підприємства: підручник. / наук. ред. Мошек Г.Є., Гомба Л.А, Піддубна Л.П. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. 371 с.
63. Овцова О.М. Основи маркетингу. Київ: Знання, 2019. 198 с.
66. Організація і методика первинного обліку та економічного аналізу на прикладі підприємств торгівлі. / наук. ред. Рудницького В. С., Лазаришина І. Д., Бачинський В. І., Поліщук В. Л. Київ: ВД Професіонал, 2013. 380 с.
66. Павленко А.Ф. Трансформування курсу «Економічний аналіз діяльності підприємства»: наук. Доповідь. Київ: КНЕУ, 2011. 88 с.
67. Подольська В. О. Фінансовий аналіз: навч. посіб. Київ: Центр навчальної літератури, 2017. 388 с.
68. Плоткін Я.Д., Пащенко І.Н. Виробничий менеджмент. Львів: ІВЦ ІНТЕЛЕКТ+, 2019. 612 с.

69. Рекламна кампанія: види, етапи, учасники. URL: http://www.nazaykin.ru/AD/campaign/ad_camp.htm (дата звернення 26.09.2023).

60. Редченко К.І. Стратегічний аналіз у бізнесі: навч. посіб. 2-ге вид. доп. Львів: Новий світ-2000, 2013. 272 с.