

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра Економіки підприємства та організації підприємницької діяльності
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи

на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля»
(шифр та найменування спеціальності)
за освітньою програмою
«Економіка та стратегія розвитку підприємства»
(назва освітньої програми)

на тему: «Формування елементів стратегічних напрямків розвитку підприємства в сучасних умовах (на прикладі ТДВ «ІнтерХім»)»
(назва теми)

Виконавець:

студентка центру заочної та вечірньої форм
навчання

Чернова Ганна Сергіївна
(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

доктор економічних наук, професор
(науковий ступінь, вчене звання)

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

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми В сучасних умовах формування елементів стратегічних напрямків розвитку підприємства виступає ключовим фактором забезпечення його стійкості, конкурентоспроможності та адаптації до швидкозмінного бізнес-середовища. Сучасна економіка характеризується глобалізацією, цифровою трансформацією, посиленням регуляторних вимог і високим рівнем конкуренції, що створює нові виклики для підприємств. У цих умовах стратегічне планування має бути спрямоване на пошук ефективних рішень для використання наявних ресурсів, інноваційного потенціалу та ринкових можливостей. Дослідження процесу формування елементів стратегічних напрямків розвитку дозволяє ідентифікувати оптимальні шляхи досягнення довгострокових цілей підприємства. Особливу увагу варто приділити аналізу зовнішнього середовища, зокрема змін у споживчих уподобаннях, технологічних інноваціях і конкурентному середовищі. Формування стратегії повинно базуватися на глибокому розумінні внутрішніх факторів, таких як кадровий потенціал, рівень технологічного розвитку та фінансова стабільність підприємства. У сучасних умовах особливої актуальності набуває впровадження інновацій як елемента стратегічного розвитку. Підприємства, які активно використовують інноваційні підходи у своїй діяльності, отримують конкурентні переваги на ринку та забезпечують стабільність свого розвитку навіть у періоди криз.

Слід відзначити, що проблеми, які пов'язані з особливостями формування елементів стратегічних напрямків розвитку підприємства, досліджували такі вчені, як І. М. Агеєва, Ю. А. Бондар, Л. М. Варава, Ю. О. Волощук, О. В. Гамова, В. В. Гончар, Д. А. Горовий, В. П. Далик, С. П. Дунда, В. В. Жихарева, І. О. Засорнова, О. Ю. Івченкова, Ю. В. Ковтуненко, В. С. Кубарева, П. К. Кулінічев, Я. С. Ларіна, Р. О. Мірошник, О. В. Пацьора, С. В. Писаренко, Л. М. Романюк, Ю. М. Сафонов, А. С. Скрильник, В. В. Стадник, А. А. Турило, А. В. Ханенко, І. В. Чукіна, В. В. Швед, М. М. Шкільняк, Т. М. Янковець та інші.

Мета дослідження Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних та практичних засад формування елементів стратегічних напрямків розвитку підприємства в сучасних умовах.

Завдання дослідження:

- визначити поняття та розкрити специфіку формування стратегічних напрямків розвитку підприємств в сучасних умовах ;
- з'ясувати особливості формування стратегії розвитку підприємств та її види;
- розглянути теоретико-методичні засади формування елементів стратегічних напрямків розвитку підприємств ;
- провести загальну характеристику ТДВ «ІнтерХім»;
- проаналізувати зовнішнє середовище господарювання ТДВ «ІнтерХім»;

- здійснити аналіз та оцінку фінансово-господарської діяльності ТДВ «ІнтерХім»;
- провести стратегічний аналіз діяльності ТДВ «ІнтерХім»;
- з'ясувати можливості розширення асортименту продукції ТДВ «ІнтерХім»;
- обґрунтувати вихід ТДВ «ІнтерХім» на нові ринку збуту;
- оцінити економічну ефективність розроблених стратегічних напрямків розвитку ТДВ «ІнтерХім».

Об'єкт дослідження Об'єктом дослідження в роботі виступає процес формування розвитку підприємства в сучасних умовах.

Предмет дослідження в роботі є елементи стратегічних напрямків розвитку підприємства в сучасних умовах

Методи дослідження В роботі використано ряд загальнонаукових і спеціальних методів дослідження, а саме: аналіз та синтез, індукція та дедукція, метод ключових понять, порівняння (під час розгляду теоретичних засад стратегічних напрямків розвитку підприємств в сучасних умовах); економіко-статистичний аналіз, стратегічний аналіз, індексний метод, табличний та графічний методи (під час проведення аналізу сучасного стану господарювання ТДВ «ІнтерХім»); наукове абстрагування, проектний аналіз та узагальнення (під час розробки елементів стратегічних напрямків розвитку ТДВ «ІнтерХім»).

Інформаційна база дослідження При написанні кваліфікаційної роботи магістра були використані періодичні наукові публікації, монографії, нормативно-правові акти України, аналітичні матеріали, фінансова та статистична звітність ТДВ «ІнтерХім», електронні ресурси мережі Internet.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, які об'єднують десять підрозділів, висновків, списку використаних джерел (69 найменувань) та 3 додатків. Основний обсяг кваліфікаційної роботи магістра викладений на 97 сторінках комп'ютерного тексту. Робота містить 36 таблиці та 17 рисунків.

Публікації. Автором роботи була взята участь в XI Всеукраїнській науково-практичній конференції «Наукове забезпечення розвитку національної економіки: досягнення теорії та проблеми практики», за результатами якої були опубліковані тези на тему «Стратегія розвитку підприємства в сучасних умовах».

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні засади стратегічних напрямків розвитку підприємств в сучасних умовах» розглянуто поняття та особливості формування стратегічних напрямків розвитку підприємств в сучасних умовах, особливості формування стратегії розвитку підприємства та її види.

У другому розділі «Аналіз сучасного стану господарювання ТДВ «ІнтерХім»» проаналізовано зовнішнє середовище господарювання ТДВ «ІнтерХім», проведено аналіз та оцінка фінансово-господарської діяльності ТДВ «ІнтерХім».

У третьому розділі «Розробка елементів стратегічних напрямків розвитку ТДВ «ІнтерХім»» запропоновано розширення асортименту продукції та обґрунтовано вихід ТДВ «ІнтерХім» на нові ринку збуту. Також було проведено оцінку економічної ефективності розроблених стратегічних напрямків розвитку ТДВ «ІнтерХім».

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Стратегічні напрями розвитку підприємств представляють собою довгострокові плани та пріоритети, які спрямовані на досягнення конкурентних переваг та економічного зростання в умовах ринкового середовища. До основних стратегічних напрямків розвитку підприємств в сучасних умовах господарювання можна віднести: інноваційний розвиток, диверсифікацію діяльності, вихід на нові ринки, цифрову трансформацію, орієнтацію на сталий розвиток, клієнтоцентричність та індивідуалізацію продуктів, експансію та поглинання, ринкову адаптацію, розвиток людського капіталу. Процес формування стратегічних напрямків розвитку підприємства включає в себе декілька етапів, а саме: аналіз зовнішнього середовища, оцінку внутрішніх сильних і слабких сторін, формування стратегічної основи підприємства, постановку стратегічних цілей, формування стратегічних альтернатив, вибір стратегічного напрямку розвитку, впровадження стратегічного плану в дію, оцінку та коригування результатів реалізації стратегічних дій.

2. Стратегія розвитку підприємства – це довгостроковий план дій, спрямований на досягнення визначених цілей підприємства шляхом ефективного використання ресурсів, адаптації до змін ринку та забезпечення конкурентних переваг. Процес формування стратегії розвитку підприємства включає ряд послідовних етапів: стратегічне орієнтування; стратегічний аналіз; створення місії та стратегічних цілей; огляд стратегічних альтернатив; вибір конкретної стратегії; реалізація стратегії; стратегічний контроль. Стратегії розвитку підприємства можна класифікувати за різними ознаками: за функціональною ознакою (маркетингова, фінансова, виробнича, інноваційна, кадрова тощо), за напрямом розвитку (стратегії зростання, стратегії стабілізації та стратегії скорочення), за конкурентними перевагами (стратегія лідерства за витратами, стратегія диференціації та стратегія фокусування), за географічним охопленням (національні та глобальні стратегії).

3. Формування елементів стратегічних напрямків розвитку підприємств – це комплексна система управління, яка заснована на різних методах, які прогнозують майбутній стан і адаптують підприємство до ринкових змін. Важливими методами та інструментами формування елементів стратегічних напрямків розвитку суб'єктів господарювання є: місія підприємства, цілі розвитку підприємства, метод PEST-аналізу, метод SWOT-аналізу, модель п'яти сил Портера, матриця Ансоффа, матриця BCG,

матриця McKinsey та інші. Вони дають можливість комплексно аналізувати ринкові можливості та конкурентні позиції для оптимального розподілу ресурсів і прийняття стратегічних рішень.

4. ТДВ «ІнтерХім» – це провідна українська фармацевтична компанія, що спеціалізується на виробництві та розробці готових лікарських засобів, а також субстанцій для фармацевтичної промисловості. За понад 30 років діяльності ТДВ «ІнтерХім» стало одним із найбільших виробників фармацевтичної продукції в Україні, що пропонує широкий спектр лікарських засобів. Завдяки сучасному обладнанню, власній науково-дослідній базі та дотриманню міжнародних стандартів якості, ТДВ «ІнтерХім» зарекомендувало себе як надійний постачальник продукції, затребуваної як в Україні, так і на міжнародному ринку.

5. Аналіз зовнішнього середовища господарювання ТДВ «ІнтерХім» був проведений за допомогою SWOT та PEST аналізу. Результати SWOT-аналізу показали, що ТДВ «ІнтерХім» має міцну позицію на ринку завдяки своєму досвіду, наявності широкого асортименту фармацевтичної продукції та позитивному іміджу. Водночас існують певні виклики у вигляді конкуренції, економічної нестабільності та екологічних вимог, які можуть обмежувати подальше зростання ТДВ «ІнтерХім». За результатами PEST аналізу виявлено, що на господарську діяльність ТДВ «ІнтерХім» найбільший вплив здійснюють політичні та технологічні чинники зовнішнього середовища. ТДВ «ІнтерХім» слід скористатися можливостями технологічного розвитку, зосередившись на інноваціях, щоб залишатися конкурентоспроможним на фармацевтичному ринку України.

6. ТДВ «ІнтерХім» за 2021-2023 роки збільшило обсяги своєї господарської діяльності. В структурі активів балансу ТДВ «ІнтерХім» зросла частка оборотних активів, а в структурі пасивів – частка власного капіталу. Показники ліквідності ТДВ «ІнтерХім» мають тенденцію до зростання за досліджуваний період часу і станом на 2023 рік перевищують нормативні значення. На поточний момент часу ТДВ «ІнтерХім» демонструє високий рівень фінансової стійкості, а його фінансові показники в період 2021-2023 років мають тенденцію до зростання. Протягом 2021-2023 років ТДВ «ІнтерХім» працювало прибутково, однак порівняно з 2021 роком, рентабельність ТДВ «ІнтерХім» дещо знизилася. Аналіз фінансово-господарської діяльності ТДВ «ІнтерХім» показав, що підприємство має стабільний фінансовий стан із мінімальною ймовірністю банкрутства.

7. ТДВ «ІнтерХім» має місію своєї діяльності та чітко встановлені цілі на довгострокову, середньострокову та короткострокову перспективу. SNW-аналізу стратегічної діяльності ТДВ «ІнтерХім» показав, що підприємство має ефективну систему управління, його фінансово-економічна діяльність є результативною. При цьому, маркетингова сфера потребує та торгово-збутові ланцюги потребують удосконалення. Корпоративна культура ТДВ «ІнтерХім» характеризується ефективним стилем управління, наявністю загальних цінностей і відданістю стратегії. Однак, частина ключових факторів успіху в ТДВ «ІнтерХім» ще не

повністю реалізована. Згідно моделі Shell ТДВ «ІнтерХім» займає позицію «Лідер бізнесу», яка свідчить про те, що фармацевтична галузь приваблива і підприємство має в ній сильні позиції, а найбільш оптимальними стратегічними альтернативами для ТДВ «ІнтерХім» є розширення асортименту продукції та вихід підприємства на нові ринку збуту.

8. Розширення асортименту продукції ТДВ «ІнтерХім» виступає стратегічним напрямом розвитку, орієнтованим на зміцнення позицій компанії на внутрішньому та міжнародному ринках. ТДВ «ІнтерХім» рекомендовано додати до асортименту такі нові лікарські препарати, як: імуно-стимулятори та профілактичні засоби; препарати для лікування серцево-судинних захворювань; засоби для боротьби зі стресом та покращення сну; антибіотики нового покоління; ліки для діабетиків; препарати для лікування шлунково-кишкових захворювань; дитячі лікарські засоби; препарати для алергіків; онкологічні препарати; гормональні засоби. Ця стратегія дозволить задовольнити зростаючі потреби споживачів у високоякісних фармацевтичних продуктах, розширити присутність ТДВ «ІнтерХім» на нових ринкових сегментах та підвищити рентабельність за рахунок впровадження інноваційних і маржинальних продуктів. Розширення асортименту продукції також буде сприяти диверсифікації ризиків, оптимізації використання виробничих ресурсів і посиленню конкурентоспроможності, що є ключовими чинниками для довгострокового зростання та стійкого розвитку підприємства.

9. Вихід ТДВ «ІнтерХім» на ринки збуту ЄС шляхом створення закордонного представництва в Польщі є стратегічним напрямом розвитку, що забезпечує інтеграцію компанії у висококонкурентне європейське середовище та розширення географії збуту. Польща, завдяки своєму стратегічному розташуванню, близькості до українського кордону та участі в єдиному ринку ЄС, є ідеальною платформою для логістики, дистрибуції та взаємодії з партнерами. Створення власного представництва ТДВ «ІнтерХім» в Польщі дозволить адаптувати продукцію підприємства до вимог європейських стандартів, забезпечить ефективний маркетинг і оперативний сервіс для клієнтів, що сприятиме зміцненню конкурентоспроможності ТДВ «ІнтерХім» та закріпленню його позицій на міжнародному рівні.

10. Проведені розрахунки показали, що розроблені стратегічні напрямки розвитку ТДВ «ІнтерХім» є економічно доцільними та вигідними. Так, завдяки розширенню асортименту продукції збільшиться чистий дохід від її реалізації, розмір чистого прибутку, рентабельність продукції, а також частка ринку підприємства. Завдяки створенню закордонного представництва ТДВ «ІнтерХім» в Польщі підприємство за один рік його роботи на зовнішніх ринках отримає додатково 3251,2 тис. грн. прибутку.