

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

Кафедра економіки, права і управління бізнесом

Допущено до захисту  
Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Сментина Н.В.  
“        ” \_\_\_\_\_ 2018 р.

**ВИПУСКНА РОБОТА**

**на здобуття освітнього ступеня магістра**

зі спеціальності «076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

за магістерською програмою професійного спрямування

Економіка, планування та управління бізнесом

за темою:

**«Економічне обґрунтування стратегії розвитку підприємства у сфері  
виробництва та доставки питної води»**

**Виконавець**

студент ФЕУВ

Наніш Антон Іванович

\_\_\_\_\_  
(підпис)

**Науковий керівник**

д.е.н., професор

Балджи Марина Дмитрівна

\_\_\_\_\_  
(підпис)

Одеса 2018

## ЗМІСТ

|                                                                                                                           |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>ВСТУП.....</b>                                                                                                         | <b>3</b>  |
| <b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА</b>                                             |           |
| 1.1 Сутність стратегії підприємства .....                                                                                 | 5         |
| 1.2 Класифікація типів стратегії підприємства .....                                                                       | 10        |
| 1.3 Етапи розробки стратегії розвитку підприємства.....                                                                   | 15        |
| 1.4 Нормативно-правова база підприємства у сфері виробництва та доставки питної води.....                                 | 25        |
| <b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ФІНАНСОВО ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА</b>                                                     |           |
| 2.1 Загальна характеристика ТОВ «Віалан». Характеристика основних конкурентів .....                                       | 34        |
| 2.2 Аналіз фінансових показників підприємства.....                                                                        | 39        |
| 2.3 Конкурентні переваги ТОВ «Віалан» .....                                                                               | 44        |
| <b>РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО НАПРЯМІВ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА У СФЕРІ ВИРОБНИЦТВА ТА ДОСТАВКИ ПИТНОЇ ВОДИ</b> |           |
| 3.1 Пропозиції щодо розвитку підприємства .....                                                                           | 50        |
| 3.2 Об'єм інвестицій та джерела фінансування запропонованих заходів.....                                                  | 55        |
| 3.3 Економічна ефективність запропонованих заходів.....                                                                   | 60        |
| 3.4. Аналіз можливих ризиків та заходи щодо їх мінімізації .....                                                          | 66        |
| <b>ВИСНОВКИ .....</b>                                                                                                     | <b>74</b> |
| <b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ .....</b>                                                                               | <b>76</b> |
| <b>ДОДАТКИ.....</b>                                                                                                       | <b>80</b> |

## ВСТУП

*Актуальність теми випускної роботи.* Актуальність теми обумовлена тим, що у сучасних умовах значний розвиток набуває здоровий спосіб життя. Як відомо питна вода є основним інгредієнтом необхідним організму людини для її нормального функціонування. Тому однією з основних причин актуальності дослідження цієї сфери бізнесу є її соціальна значущість.

Згідно з дослідженнями, проведеними операторами ринку, рівень споживання води в Україні - один із найнижчих в Європі.

Так, за даними Держкомстату, рівень споживання бутильованої води в нашій країні становить всього лише 41 л на людину на рік, що на 58% нижче середньоєвропейського рівня. Найбільше води в Європі п'ють в Італії - понад 200 л на людину в рік. З цього випливає, що середній житель України за день випиває всього лише 120 г води. З огляду на те, що для нормальної життєдіяльності людський організм повинен отримувати не менше 1,5-2 л води в день даний ринок має значні перспективи розвитку.

За результатами дослідження, проведеного міжнародною дослідницькою компанією TNS, 17% опитаних українців п'ють бутильовану воду рідше одного разу на місяць, 31% - кілька разів на тиждень, а 8% стверджують, що протягом року жодного разу не пили бутильовану воду, віддаючи перевагу іншим напоям.

*Мета випускної роботи.* Метою випускної роботи є розгляд ринку мінеральних вод на території України та вивчення фінансових показників ТОВ «Віалан», для того аби виділити слабкі сторони, та внести пропозиції щодо розвитку підприємства у майбутньому

Досягнення поставленої мети обумовило необхідність вирішення таких завдань:

- 1) розглянути сутність стратегії підприємства;
- 2) вивчити класифікацію типів та видів стратегії підприємства та етапи її розробки;

3)дослідити нормативно-правову базу функціонування підприємства у сфері виробництва та доставки питної води;

4)провести аналіз ринку з виробництва питної води та розглянути основні види мінеральної води, які присутні на ринку;

3)проаналізувати конкурентне середовище на ринку доставки питної води у м. Одеса;

4) провести SWOT-аналіз аналізованого підприємства;

5) розглянути фінансові показники діяльності ТОВ «Віалан»;

6) внести пропозиції щодо стратегії розвитку підприємства у майбутньому;

7) визначити об'єм інвестицій та джерела фінансування запропонованих заходів

8) визначити економічну ефективність запропонованих заходів та провести аналіз можливих ризиків.

*Предмет дослідження* дипломної роботи є стратегія розвитку підприємства.

*Об'єктом дослідження* є процес обґрунтування стратегії розвитку підприємства на ринку виробництва та доставки питної води на прикладі ТОВ «Віалан».

*Методи дослідження.* Для вирішення поставлених завдань у випускній роботі використовувалися методи:

- теоретичного узагальнення і порівняння для дослідження теоретичних та організаційних аспектів проблеми;

- збирання, зведення та групування, узагальнення та економіко-статистичні методи – для вивчення та відображення тенденцій на ринку.

В процесі обробки інформації застосовувались комп'ютерні програми Microsoft Excel та Project Expert.

*Інформаційною базою дослідження* слугували наукові публікації та монографічні видання вчених, нормативно-законодавчі акти України, матеріали

наукових конференцій і досліджень, звіти та аналітичні матеріали відповідних державних органів, дані звітності офіційних статистичних збірників.

Публікації: за результатами проведеного дослідження надрукована стаття "Особливості стратегічної діяльності підприємств у сфері послуг" у Науковому віснику Одеського національного економічного університету в №6-7, 2018.

## ВИСНОВКИ

У випускній роботі проведено економічне обґрунтування стратегії розвитку підприємства у сфері виробництва та доставки питної води.

У результаті дослідження було зроблено такі висновки:

1. Було визначено, що етапи розробки стратегій можуть бути деталізованими або дещо відрізнятися від звичайних етапів, але в процесі розробки стратегій основні етапи присутні у будь-якому випадку

2. Проаналізувавши діючу стратегію підприємства, ми можемо зробити висновок, що в цілому спостерігається позитивна динаміка розвитку, але є деякі проблем, усунення яких може прискорити зростання клієнтської бази та збільшити оборот води:

- Консервативний підхід до пошуку нових клієнтів;
- відсутність чіткої стратегії розвитку підприємства;
- недостатній контроль працівників на підприємстві;
- відсутність чіткого графіку поставки води, через кліматичні умови, які - руйнують дорожнє покриття до виробництва.

3. Було запропоновано впровадити стратегію розвитку підприємства, основним напрямком якої є продаж питної води в екологічно чистій тарі. Загальні інвестиції склали 364 000 грн. Для цього необхідно залучити:

- Власні кошти у розмірі 164 000 грн;
- Кредитні кошти у розмірі 200 000 грн

Кредит планується взяти у ПАТ «Приватбанк» на 12 місяців під 20% річних з відстрочкою платежів у 2 місяці

4. Розглянувши та проаналізувавши пропозиції, щодо напрямів стратегічного розвитку підприємства, можна зробити висновок, що реорганізація підприємства на продаж питної води у екологічно чистій тарі є економічно вигідним.

Розглянувши показники ефективності, визначено, що усі інвестиції окупляться через 7 місяців, при цьому норма рентабельності склала 352,62%.

Чистий приведений дохід у розмірі 1 907 916 грн свідчить про ефективність діяльності.

Індекс прибутковості, який склав 5,87, свідчить про те, що за аналізований період кожна гривня інвестицій принесе чистий прибуток у розмірі 5,87 грн.

5. Запропоновані заходи підвищать імідж підприємства, та допоможуть стати одним з основних підприємств у сфері доставки питної води преміям класу у місті Одесі. Ці заходи полягають у:

- Отримання сертифікату ISO 22000;
- Створення сайту підприємства;
- Брендуння автомобілів;
- Виготовлення та розміщення рекламних банерів;
- Пошив уніформи для співробітників;
- Закупівля скляної тари для питної води об'ємом 11.3 л та 15 л.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Генри Минцберг, Брюс Альстранд, Жозеф Лампель Стратегическое сафари. Экскурсия по дебрям стратегического менеджмента- "Альпина Паблишер", — 2017.— 367с
2. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. - СПб. : Изд-во "Питер", 1999. – 416с
3. Кравченко О. В. Поняття стратегії розвитку підприємства / О. В. Кравченко. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.uabs.edu.ua/images/stories/docs/K\\_BOA/kravchenko\\_023.pdf](http://www.uabs.edu.ua/images/stories/docs/K_BOA/kravchenko_023.pdf)
4. Басовский Л. Е. Стратегический менеджмент : учебник / Л. Е. Басовский. – М. : НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 365 с.
5. Курлыкова, А. В. Стратегический менеджмент : учеб. пособие / А.В. Курлыкова. – М. : ИЦ РИОР ; НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 176 с.
6. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. / И. Ансофф – СПб.: Питер, 2013. – 416 с.
7. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии / А.А. Томпсон, А.Дж. Стрикленд. – Москва: ЮНИТИ, – 2015. – 576 с.
8. Довгань Л. Є. Стратегічне управління: навч. посібник / Л. Є Довгань, Ю. В.Каракай, Л. П.Артеменко – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 440 с.
9. Стратегія підприємства : навч.-метод. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / Д. О. Горелов, С. Ф. Большенко. – Харків : Вид-во ХНАДУ, 2010. – 133 с.
- 10.Ковальов А.І., Карпов В.А., Сментина Н.В. та ін. Одеса- 2022. Стратегія економічного та соціального розвитку. – Одеса: ТЕС, 2013. – 80 с.
- 11.Анисимов О.С. Мышление стратега: Стратегическое управление в схемах. Выпуск 7 / Сост. – В.Н. Верхоглазенко. – М., 2009. – 202 с.
12. Ковальчук С.В. Бенчмаркінг як універсальний інструмент оцінювання економічної стратегії підприємства / С.В. Ковальчук // Маркетинг в



- Україні: Видання Української асоціації маркетингу. – К., 2010. – № 3. – С. 38-46.
13. Ковальчук С.В., Гродовський О.В. Інноваційна парадигма формування економічної стратегії підприємств: Монографія / С.В. Ковальчук, О.В. Гродовський. – Хмельницький: ХНУ, 2010. – 223 с.
  14. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навч. посіб. / С.М. Клменко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась, О.С. Дуброва, А.В. Вакуленко. – К.: КНЕУ, 2008. – 520 с.
  15. Райко Д. В. Стратегічне управління розвитком маркетингової діяльності: методологія та організація : моногр. / Д. В. Райко ; Нац. техн. ун-т "Харк. політех. ін-т". – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2008. – 632 с.
  16. Редченко К. І. Стратегічний аналіз у бізнесі : навч. посібник / К. І. Редченко. – 2-ге вид., доповн. - Львів : Новий Світ-2000, 2010. - 271 с.
  17. Попов О. Є. Теоретико-методологічні та концептуальні засади формування організаційно-економічного механізму корпоративного управління: моногр. / О. Є. Попов – Х.: ФОП Александрова К. М.; ВД «ІНЖЕК», 2009. – 360 с.
  18. Стратегічне управління : навч. посіб. / [Л. Є. Довгань, Ю. В. Каракай, Л. П. Артеменко ; відп. ред. Л. М. Савчук] ;– К. : Центр учбової літ., 2009. – 440 с.
  19. Стратегічний менеджмент. навч. посіб. / За заг. ред. Бутка М. П. [М.П.Бутко, М.Ю.Дітковська, С.М.Задорожна та ін.] – К. : «Центр учбової літератури», 2016. – 376 с.
  20. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф; пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. - С-Пб.: Питер, 1999. - 414с.
  21. Саєнко М. Г. С-13 Стратегія підприємства: Підручник. – Тернопіль: «Економічна думка». – 2006. – 390 с.
  22. Закон України «Про питну воду, питне водопостачання та водовідведення [Електроний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2918-14>

- 23.Державні санітарні норми та правила «Гігієнічні вимоги до води питної, призначеної для споживання людиною» (ДСанПіН 2.2.4-171-10)[Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0452-10>
- 24.Водний кодекс України [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/213/95-вр>
- 25.Державний стандарт України «Джерела централізованого питного водопостачання. Гігієнічні і екологічні вимоги до якості води та правила вибирання» ДСТУ 4808:2007.
- 26.Аналітичний огляд ринку питної води України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://inventure.com.ua>
- 27.Офіційний сайт асоціації виробників мінералальних питних вод України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bottledwater.org.ua>
- 28.Ринок мінеральної води в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://volwestgroup.com>.
- 29.Дослідження ринку мінеральної води в Україні. MMI Ukraine // Маркетинговые исследования в Украине. – 2011. – № 4 (47). – с. 78-88
30. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій: Навчальний посібник/За ред. Л.В.Балабанової. – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2005.–301 с.
31. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій: Навчальний посібник/За ред. Л.В.Балабанової. – 2-ге вид., випр. і доп. – К.: Знання, 2005.–301 с.
- 32.Череп А. В. Сутність та організація екологічно чистого виробництва на підприємствах машинобудування / А. В. Череп, В. В. Лашкарава // Вісник Приазовського державного технічного університету : зб. наукових праць / ПДТУ. – Маріуполь, 2015. – Вип. 29. – С. 358-366.
- 33.Інженерна екологія: Підручник з теорії і практики сталого розвитку/ В.А. Баженов, В.М. Ісаєнко, Ю.М. Саталкін та ін..—К.: Книжкове видавництво НАУ, 2006р.—492с.

- 34.Карпов В.А., Улибіна В.А. Проектний аналіз (конспект лекцій та практичні завдання) – Одеса, 2005 – 151 с.
- 35.Шевченко В. В. Практикум з дисципліни «Проектний аналіз» для студентів IV курсу всіх форм навчання всіх спеціальностей / В. А. Карпов, С. А. Горбаченко, В. В. Шевченко. – Одеса: ОНЕУ, 2014. – 73 с.
- 36.Ковальчук І. В. Економіка підприємства: навч. посібник / І. В. Ковальчук. - К .: Знання, 2008. - 679 с.
- 37.Економіка підприємства: підручник / Г.О. Швиданенко, В.Г. Васильков, Н.П. Гончарова [та ін.]; за заг. ред. Г.О. Швиданенко. – К.: КНЕУ, 2009. – 598 с.
- 38.Балджи М.Д., Карпов В.А., Ковальов А.І. та ін. Обґрунтування господарських рішень та оцінка ризиків: навч. посіб. – Одеса: ОНЕУ, 2013. – 670 с.
- 39.Кучеренко В.Р., Карпов А.В., Левинський С.В. Ризики інвестиційних проектів.- Од.: ОНУ, 2011.- 138 с.