

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

Кафедра менеджменту організацій

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 073 "Менеджмент"
за магістерською програмою професійного спрямування
"Менеджмент організацій"

на тему: «Формування стратегії розвитку підприємства
роздрібною торгівлі палива»

Виконавець:

студент центру заочної та вечірньої
форми навчання

Кос Олександр Вікторович _____
/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

Карпенко Юлія Валентинівна _____
/підпис/

ВСТУП

Актуальність теми. Рухливе зовнішнє середовище, активні дії конкурентів та зміни у поведінці споживачів вимагають від підприємств активних дій у відповідь. В таких умовах має значення, наскільки підприємство є готовим до змін, гнучким та адаптивним. Краще з швидкими змінами зовнішнього середовища справляються ті підприємства, що мають стратегію розвитку. Наявність стратегії розвитку, її дієвість актуальна і для підприємств роздрібної торгівлі пального, які сьогодні працюють в достатньо нестабільних умовах: ринок є імпортозалежним. На ньому присутня велика частка нелегальних підприємств, що не сплачують податки та мають можливість демпінгувати за ціною. Отже, наявність обґрунтованої стратегії розвитку дозволить підприємствам роздрібної торгівлі пального бути більш ефективними на ринку.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних аспектів формування стратегії розвитку підприємства та застосування отриманих знань для розробки стратегії розвитку компанії «WOG».

В роботі встановлені та вирішені такі завдання:

- дослідити сутність поняття "стратегія розвитку підприємства"
- проаналізувати розвиток ринку пального України;
- сформулювати стратегію розвитку компанії «WOG» та запропонувати заходи щодо її реалізації.

Об'єктом дослідження є мережа автозаправок «WOG».

Предметом дослідження є процес стратегічного управління розвитком підприємства.

Методи досліджень, використані в магістерській роботі, включають: метод групування (для встановлення сутності стратегії розвитку підприємства), PEST-аналіз (для встановлення факторів зовнішнього середовища, що впливають на підприємства ринку пального); метод формування карти стратегічних груп (для аналізу конкурентної позиції підприємства), дерево цілей (для встановлення пріоритетних стратегічних цілей діяльності підприємства), метод Гантта (для встановлення термінів завершення робіт над проектом відкриття автомобільного газозаправного пункту).

Інформаційну базу дослідження складають дані звітів фінансово-господарської діяльності компанії «WOG». Основні положення дослідження базуються на законодавчих актах та нормативних документах України, критичному аналізу сучасних праць вітчизняних та зарубіжних авторів, зокрема статей, монографій, тез доповіді.

Наукова новизна: дістало подальшого розвитку: методичний підхід щодо реалізації проекту відкриття автомобільного газозаправного пункту, який базується на сукупності формалізованих процедур, що ідентифікуються через діаграми процесу здійснення програми PDPC та стрілочні діаграми (діаграми Гантта).

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (50 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 76 сторінок. Основний зміст викладено на 71 сторінці. Робота містить 15 таблиць, 19 рисунків.

Практична значущість роботи полягає у можливості використання розроблених рекомендацій для відкриття автомобільного газозаправного пункту.

Публікації. За результатами виконання кваліфікаційної роботи опубліковано тези доповідей:

Кос О.В., Карпенко Ю.В. Дослідження підходів до формування стратегії розвитку підприємства. *Актуальні проблеми менеджменту: теоретичні і практичні аспекти*: Матеріали п'ятої міжнар. наук.–практ. конф. Одеса: ОНЕУ, 2021. 227 с. (С. 131-135).

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретичні аспекти формування та реалізації стратегії розвитку підприємства»* визначено сутність поняття «стратегія розвитку» підприємства, розглянуто класифікаційні підходи до вибору стратегій розвитку, вивчено процес формування стратегії розвитку підприємства

У другому розділі *«Аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища АЗК «WOG»»* проаналізовано ринок пального України, вивчено фінансовий стан та досліджено конкурентну позицію компанії «WOG».

У третьому розділі *«Формування та реалізація стратегії розвитку компанії «WOG»»* обґрунтовано стратегію розвитку компанії «WOG», розроблено проект з реалізації стратегії розвитку підприємства, а також формалізовано процес реалізації проекту відкриття автомобільного газозаправного пункту

ВИСНОВКИ

За результатами дослідження, виконаного в роботі ми дійшли наступних висновків:

1. На підставі проведеного дослідження зазначимо, що більшість науковців пропонує розглядати стратегію розвитку підприємства як певний набір правил для прийняття управлінських рішень, обов'язкових для реалізації, що визначає особливості діяльності організації в довгостроковій перспективі в умовах мінливого зовнішнього та внутрішнього середовища. Підприємство в своєму розвитку повинно шукати ефективні форми зв'язку з зовнішнім середовищем, аналізувати та переглядати їх, а також намагатися використовувати власний потенціал в найкращий спосіб.

2. за допомогою PEST- аналізу нами встановлено, що на розвиток підприємств роздрібної торгівлі паливом оказують суттєвий негативний

вплив політичні та економічні фактори. Ринок є імпортозалежним, найбільші гравці не завжди чесно конкурують на ринку, реалізуючи певні цінові домовленості. Ситуація ускладнюється тим, що приблизно чверть ринку знаходиться в тіні. Рішення, що приймає уряд, поки ще не дозволяють навести лад на ринку. Разом з тим, позитивний вплив мають технологічні фактори. Поступово, оновлюються приміщення та обладнання АЗС, з'являються мобільні додатки, що покращують обслуговування споживачів.

З. за результатами дослідження зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства нами встановлено, що в умовах скорочення споживання бензину перспективною для мережі АЗС «WOG» може бути стратегія концентрованого зростання, зокрема стратегія розвитку продукту, пов'язана з розширенням переліку послуг, а також їх впровадженням в якомога більшій кількості АЗС. На підставі побудови дерева цілей нами встановлено, що найбільш перспективною буде мета збільшення точок надання послуг. Її можна реалізувати двома способами: шляхом збільшення точок зарядки електромобілів або шляхом збільшення точок заправки газом. З огляду на зростання споживання газу, а також те, що багато водіїв сьогодні встановлюють на авто газове обладнання через здороження бензину, пріоритетною вважаємо мету - збільшення точок заправки газом.

Для реалізації обраної стратегії розвитку нами запропоновано проект відкриття автомобільного газозаправного пункту, що реалізується підприємством за власні кошти. За результатами економічних розрахунків проект є ефективним (на користь цього свідчать показники чистого приведенного доходу, індексу дохідності та терміну окупності). З метою формалізації процесу впровадження проекту відкриття автомобільного газозаправного пункту нами запропоновано діаграму процесу здійснення програми PDPC, що дозволяє встановити основні ризики завдань проекту та визначити контрзаходи для їх нейтралізації. Крім того, було розроблено графік Гантта, що дозволив визначити термін реалізації проекту (30 тижнів).

АНОТАЦІЯ

Кос О.В., «Формування стратегії розвитку підприємства роздрібної торгівлі палива»,
кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 073 "Менеджмент" за магістерською програмою «Менеджмент організацій»,
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, 2021 рік

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – мережа автозаправок «WOG».

У роботі розглядаються теоретичні аспекти формування та реалізації стратегії розвитку підприємства, зокрема досліджено сутність поняття "стратегія розвитку підприємства"

Проаналізовано розвиток ринку пального України. Проведено аналіз конкурентної позиції компанії «WOG» на ринку

Сформовано стратегію розвитку компанії «WOG» та запропоновано заходи щодо її реалізації

Ключові слова: ринок пального України, стратегія розвитку, дерево цілей, метод Гантта, діаграма процесу здійснення програми PDPC.

ANNOTATION

Kos O., «Formation of enterprise development strategy fuel retail»,
thesis for Master degree
in specialty 073 «Management » under the program «Management of
Organizations»,
Odessa National Economic University
Odessa, 2021

Thesis consists of three chapters. Object of study is WOG gas station network.

Diploma thesis deals with theoretical aspects of the formation and implementation of enterprise development strategy. In particular, the essence of the concept of "enterprise development strategy" is investigated

The development of the Ukrainian fuel market is analyzed. The analysis of WOG's competitive position in the market is carried out.

WOG development strategy has been formed. Measures for its implementation are proposed

Keywords: Ukrainian fuel market, development strategy, goal tree, Gantt method, Process Decision Program Chart.