МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджменту організацій

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 073 "Менеджмент"

на тему: «Формування стратегії розвитку торговельного підприємства»

Виконавець:
Студентка ФМОІТ
__Постика А. А. _ _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:
_____ст. викладач ____
(науковий ступінь, вчене звання)
___Єсіна О. Г.__ _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ОДЕСА – 2025

ВСТУП

Актуальність теми дослідження зумовлена потребою розробки дієвих стратегічних підходів, які дозволяють підприємствам оперативно реагувати на динамічні зміни ринку, підвищувати рівень клієнтського сервісу та вдосконалювати внутрішні бізнес-процеси.

Торгівельний сектор в Україні відіграє важливу роль у структурі національної економіки, забезпечуючи працевлаштування, задовольняючи потреби споживачів та сприяючи економічному розвитку держави. Водночас сучасні умови господарювання характеризуються стрімкою цифровізацією, зростаючою конкуренцією, зміною споживчих переваг та зростанням стандартів якості. Це потребує від підприємств гнучкості, інноваційного підходу до ведення діяльності, ефективного управління товаропотоками, оновлення асортименту та стратегічного мислення, що разом формують основу їх конкурентоспроможності та довгострокового успіху.

Метою роботи є дослідження теоретичних та практичних засад формування стратегії розвитку торговельних підприємств.

Завдання роботи:

- дослідити сутність поняття «стратегія підприємства» та особливості процесу формування стратегії розвитку підприємства;
- визначити основні тенденції торговельної галузі України;
- проаналізувати поточний стан ТОВ «СІГМА»;
- сформувати стратегію розвитку підприємства та розробити заходи щодо її реалізації.

Об'єктом дослідження є ТОВ «СІГМА».

Предметом дослідження є теоретичні та практичні основи формування стратегії розвитку торговельних підприємств.

У роботі використано низку ***методів,*** що дозволили комплексно дослідити стратегічний розвиток торговельного підприємства. Методи критичного аналізу, аналізу та синтезу застосовувалися для визначення сутності поняття «стратегія розвитку», її складових, а також виявлення переваг і проблем стратегічного управління. Систематизація, узагальнення, індукція та дедукція дали змогу побудувати логіку процесу формування стратегії. Зовнішнє середовище підприємства оцінено за методикою А. Дж. Томпсона, внутрішні сильні й слабкі сторони – через SNW-аналіз, а вибір стратегічного напрямку обґрунтовано на основі матрицею Ансоффа.

Інформаційною базою дослідження стали навчальні посібники, наукові праці українських та зарубіжних авторів, що стосуються стратегічного розвитку підприємств, а також монографії та статті з фахових видань. У роботі також використовувались офіційні статистичні дані Держстату України, фінансова звітність ТОВ «СІГМА», документи бухгалтерського обліку (первинного, аналітичного та синтетичного рівнів) і власні аналітичні розрахунки. Додатково було залучено інформацію з інтернет-ресурсів та сучасні статистичні методи аналізу.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«Теоретичні основи стратегічного розвитку підприємства»** розглянуто теоретичні особливості стратегії, особливості її формування на підприємстві та проаналізовано основні види стратегій.

У другому розділі **«Розробка рекомендацій щодо формування стратегії розвитку ТОВ «СІГМА»** проаналізовано стан та перспективи торгівельної галузі в Україні, розраховані фінансові показники діяльності досліджуваного підприємства. Рекомендовано відкриття нового магазину в центрі міста для збільшення прибутків та покращення пізнаваності бренду на ринку.

ВИСНОВКИ

1.Визначено, що стратегія як поняття пройшла складний шлях еволюції – від військового мистецтва до ключового інструменту управління підприємством. У сучасному менеджменті вона виступає не просто планом дій, а гнучкою системою прийняття рішень, спрямованою на досягнення довгострокових цілей і забезпечення стійких конкурентних переваг.

При цьому, формування стратегії розвитку підприємства є багатоступеневим процесом, що поєднує аналіз зовнішнього та внутрішнього середовища, визначення цілей, розробку тактичних дій і постійний моніторинг. Успішність цього процесу значною мірою залежить від дотримання базових принципів стратегічного планування, які забезпечують цілісність, гнучкість і адаптивність стратегії до змін ринкових умов. Такий підхід дозволяє підприємству ефективно реалізовувати стратегічні завдання та забезпечувати стабільний розвиток.

Вивчення видів стратегій розвитку підприємства засвідчує, що жодна з них не є універсальною. Вибір конкретного стратегічного напряму залежить від внутрішнього потенціалу підприємства, стану зовнішнього середовища та цілей довгострокового розвитку. Розмаїття стратегій – від концентрованого, інтегрованого та диверсифікованого зростання до скорочення – дозволяє підприємству гнучко реагувати на зміни ринкових умов. Використання класифікацій за різними критеріями дає змогу структурувати стратегічний вибір і підібрати найдоцільнішу модель розвитку. Успішність реалізації обраної стратегії залежить не лише від її типу, а й від глибини аналітичного підходу до її формування та адаптації до конкретної ситуації.

2.Визначено, що роздрібна та оптова торгівля в Україні демонструє стабільне зростання та відіграє важливу роль в економіці, забезпечуючи значну частку ВВП і охоплюючи понад чверть усіх суб’єктів господарювання. Водночас посилення конкуренції з боку іноземних компаній стимулює український бізнес до підвищення якості, впровадження інновацій та адаптації до нових умов. Сектор торгівлі поступово трансформується: ключовими

векторами розвитку стають цифровізація, розвиток нових форматів і спеціалізація торгівлі. Це створює передумови для підвищення конкурентоспроможності галузі та її стійкого зростання у майбутньому.

3.ТОВ «СІГМА» займає впевнену позицію на ринку оптової торгівлі швейним обладнанням та текстильними матеріалами, виступаючи офіційним дистриб'ютором провідних міжнародних брендів. Компанія демонструє позитивну фінансову динаміку: за 2022-2024 рр. спостерігається зростання чистого доходу та прибутку, стабільні показники ліквідності та високий рівень платоспроможності. Також відзначається зростання рентабельності, що свідчить про ефективне управління ресурсами. SNW-аналіз підтвердив наявність сильних сторін підприємства, серед яких – якісний асортимент, професійний персонал, активна електронна комерція та стабільна клієнтська база. Водночас виявлено низку напрямів, які потребують вдосконалення, зокрема маркетинг, програми лояльності та посилення брендової впізнаваності.

Загалом, ТОВ «СІГМА» демонструє стійкий розвиток, має добрі передумови для зміцнення конкурентних переваг і розширення ринкової присутності завдяки стратегічному управлінню та орієнтації на інновації.

4.Застосування матриці Ансоффа дозволило визначити стратегічні напрями розвитку ТОВ «СІГМА», зокрема пріоритетну стратегію проникнення на існуючий ринок через відкриття нового роздрібного магазину з наявним асортиментом.

Інвестиційна оцінка нового проєкту відкриття магазину показала високу ефективність і швидку окупність (менше ніж за півроку), а також значну рентабельність інвестицій (ROI близько 97 %). Тобто, інвестиції у відкриття нового магазину не лише підтримають сталий розвиток ТОВ «СІГМА», а й створять умови для подальшого зростання прибутковості та конкурентоспроможності на ринку.