

Зміст

Вступ	3
Розділ 1. Теоретичні аспекти формування стратегії розвитку підприємства	5
1.1. Сутність поняття «стратегія розвитку» підприємства	5
1.2. Фактори, які впливають на формування стратегії розвитку підприємства у сфері послуг	9
1.3. Методичні підходи щодо оцінювання ефективності стратегії розвитку підприємства	16
Висновки до першого розділу	22
Розділ 2. Шляхи удосконалення стратегії розвитку ТОВ «Бізнес Ренталс»	23
2.1. Загальна характеристика ТОВ «Бізнес Ренталс»	23
2.2. Аналіз фінансового стану ТОВ «Бізнес Ренталс»	36
2.3. Обґрунтування та оцінка ефективності стратегії розвитку ТОВ «Бізнес Ренталс»	41
Висновки до другого розділу	54
Висновки	56
Список використаної літератури	58

ВСТУП

Сьогодні в Україні діє «Стратегія розвитку України у період до 2020 року». Стратегічними цілями на 2013 – 2020 роки є посилення фундаментальних чинників сталого розвитку, а саме: створення сприятливих ринкових умов для суб'єктів ринку та інвесторів, сучасної інноваційної системи з посиленням віддачі від національної наукової сфери, поліпшення довкілля та якості життя з посиленням трудового потенціалу [30]. У зв'язку із цим перед підприємством постає актуальне завдання сформулювати свою стратегію розвитку та підвищити ефективність діяльності у відповідності з тенденціями стратегічного розвитку України. Адже торговельні центри України в умовах високодинамічного конкурентного середовища вимушені постійно змінювати свої стратегії розвитку під впливом появи нових технологій та вимогливості споживачів щодо якісного надання послуг.

Дослідженням питань, пов'язаних з розробкою стратегії підприємств і стратегічним управлінням, займаються наступні науковці: Саблук П. Т., Зубець М. В., Кириленко І. Г., Оберемчук В. Ф., Виханський О. С., Володькина М. В., Треньов М. М., Градов А. П. та інші.

У науковій літературі окремі аспекти теоретичної та практичної сутності успішного застосування маркетингових заходів та розробок маркетингових програм для підвищення економічного ефекту діяльності торговельного центру (ТЦ) розглянуто у працях вітчизняних науковців: Матанцева А. Н, Мусієнко О. та інших.

Мета роботи є розробка стратегії розвитку ТОВ «Бізнес Ренталс».

Для досягнення мети у дипломній роботі поставлені та вирішені такі завдання:

- систематизовано поняття «стратегія розвитку підприємства»;
- досліджено методичні підходи щодо оцінки стратегії розвитку підприємства;

- проаналізовано фактори внутрішнього та зовнішнього середовища ТОВ «Бізнес Ренталс»;
- запропоновано захід щодо реалізації стратегії розвитку ТОВ «Бізнес Ренталс»;
- проведено оцінку запропонованого заходу ТОВ «Бізнес Ренталс»
Об'єктом дослідження є ТОВ «Бізнес Ренталс».

Предметом дослідження є теоретичні аспекти стратегії розвитку підприємства.

Під час написання дипломної роботи використовувалися монографії, наукові статті, дані органів державної статистики, а також внутрішня статистична та бухгалтерська звітність підприємства. При написанні роботи використовувались комп'ютерні програми MS Word.

ВИСНОВКИ

У першому розділі дипломної роботи за результатами систематизації поняття «стратегія розвитку» встановлено, що науковці визначаючи його роблячи акцент на набір правил, напрямок розвитку, спосіб дій, план та орієнтир, досягнення конкурентних переваг.

Ми визначили стратегію розвитку підприємства, як план по отриманню прибутку та створенню умов для розвитку та закріплення позицій підприємства.

У другому розділі дипломної роботи було досліджено ТОВ «Бізнес Ренталс», що здійснює діяльність з надання в оренду й експлуатацію власного чи орендованого нерухомого майна, а саме ТЦ «ЦУМ».

Встановлено, що основними конкурентами підприємства є ТЦ «Платан Плаза (Середньofонтанський)», ТЦ «Острів», ТЦ «Новий Привоз».

За результатами оцінки конкурентоспроможності, встановлено, що у ТОВ «Бізнес Ренталс» є резерви для підвищення конкурентоспроможності порівняно з конкурентами, а саме: відсутність дитячої розважальної зони, стара будівля з застарілою технічною оснащенням, забезпеченістю сучасними інженерними системами та неефективна маркетингова стратегія.

За результатами побудови моделі Shell/DPM встановлено, що підприємству доцільно обрати стратегію зростання. У межах даної стратегії встановлюється щорічний приріст доходів над рівнем попереднього року. Рекомендовано спрямувати інвестиції у рекламу для залучення до займання 500 м² свободної площі ТЦ «ЦУМ» дитячою розважальною зоною.

У роботі запропоновано стратегією розвитку для ТОВ «Бізнес Ренталс», яка полягає у наданні в оренду 500 м² площі під дитячу розважальну зону та проведення маркетингових заходів для залучення дитячих розважальних закладів.

За результатами SWOT-аналізу встановлено, що підприємству для мінімізації слабких сторін слід надати площі під оренду дитячої розважальної

зони, розробити маркетингову програму, оновити технічну оснащеність, забезпеченість сучасними інженерними системами.

У дипломній роботі запроновано стратегію розвитку підприємства шляхом надання дитячим розважальним закладам у оренду 500 м² площі у ТЦ «ЦУМ» та проведення маркетингових заходів для залучення дитячих розважальних закладів до ТЦ. Встановлено, що витрати на маркетингові заходи відповідно до розробленого бюджету маркетингу складуть 6,2 тис. грн. Приріст маржинального доходу покриє видатки на маркетинг і забезпечить одержання додаткового прибутку в розмірі 2,08 тис. грн.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства після запропонованих заходів у 2018 р. підвищиться порівняно з 2017 р. на 0,61.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ансофф І. Стратегічне управління / Пер. з англ. - М.: Прогрес, 1989. - 519 с.
2. Аналітика ринку нерухомості. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.profocinka.com.ua/index>. – Заголовок з екрана
3. Бакунов О.О. Роздрібні торговельні мережі: стратегії розвитку: монографія / О.О. Бакунов, В.А. Распопова. – Донецьк : Ноулідж, Донец. відня, 2012. – 184 с.
4. Безпалько І.Р. Торгові мережі: основи функціонування, управління та розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <file:///C:/Documents%20and%20Settings/%D0%90%D0%B4%D0%BC%D0%B8%92%D0%98%D0%A2%D0%9A%D0%A3.pdf>
5. Воронін В. О., Лянце Е. В., Мамчин М. М. Дослідження ринку нерухомості. Проблеми, тенденції, прогнозування. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua> – Заголовок з екрана.
6. Дослідження ринку нерухомості. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.realty.od.ua>
7. Дослідження ринку нерухомості. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.house.org.ua>
8. Дослідження ринку нерухомості [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.monarch.od.ua>
9. Дослідження ринку нерухомості [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.arenada-odessa.com>
10. Дослідження ринку нерухомості [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.aro.od.ua>
11. Дослідження ринку нерухомості [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.atlanta.ua>
12. Дослідження ринку нерухомості [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.odessa.co.ua>
13. Дослідження ринку нерухомості [Електронний ресурс] – Режим

доступу: <http://holiday-in.odessa.ua>

14. Дослідження ринку нерухомості [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://dir.meta.ua/odesa/real-estate/>

15. Зверяков М. И. Особенности исследовательского поиска М. И. Туган-Барановского / М. И. Зверяков, Н. А. Уперенко // Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. – 2018. – Вип. 2 (39). – Т. 17. – С. 8-18. – DOI: 10.18524/2413-9998/2018.2(39).144898

16. Зверяков М. І. Теоретична парадигма сталого розвитку та українські реалії / М. І. Зверяков // Економіка України. – 2018. – №10. – С. 10-31.

17. Зверяков М. І. Формування системи індикаторів фінансової стійкості банківської системи [Текст] / М. І. Зверякова, В. В. Коваленко // Фінанси України. – 2012. - № 4. – С. 3 – 12.

18. Ламбен Ж. Ж. Стратегический маркетинг. - Европ. перспектива, пер. с фр. - СПб.: Наука, 1996. - 589 с.

19. Лиса С.С. Класифікація форматів та особливості розвитку роздрібної торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <file:///C:/Documents%20and%20Settings/%D0%90%D0%B4%D0%BC%D0%B83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B/Downloads/51.pdf>

20. Минцберг Г. , Куїнн Дж. Стратегічний процес / пер . з англ . Під ред .Ю. Каптуревського . - СПб .: Питер, 2001. - 688 с.

21. Місько Г. А. Оцінювання економічної стратегії підприємств харчової промисловості: Дисертація на здобуття наук. ступеня к.е.н.: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / Місько Ганна Анатоліївна; Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2012. – 254 с.

22. Маркова В. Д., Кузнєцова С. А. Стратегічний менеджмент: Курс лекцій. - М .: ИНФРА-М, 2001. с. 46.

23. Мезенцева Н., Торговельно-розважальні центри України: суспільно-географічні аспекти дослідження [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <file:///C:/Documents%20and%20Settings/%D0%90%D0%B4%D0%BC>

%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B/Downloads/12-62.pdf

24. Отенко И. П. Стратегический потенциал как источник развития конкурентоспособности предприятия // Конкурентоспособность: проблемы науки і практики: Монографія.- Х.: ВД „ИНЖЕК”, 2006.- С. 228 - 246.

25. Офіційний сайт realt [Електронний ресурс] – Режим доступу:[http:// realt.ua](http://realt.ua)

26. Офіційний сайт dom.ria [Електронний ресурс] – Режим доступу:[http:// dom.ria.com](http://dom.ria.com)

27. Петрова І. В. Розважальний комплекс в сучасній Україні: проблема типології [Електронний ресурс]. – Режим доступу: file:///C:/Documents%20and%20Settings/%D0%90%D0%B4%D0%BC%D0%B8%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B/Downloads/Vmdu_fks_2015_10_19.pdf

28. Погасій В. І. Маркетингові комунікації як запорука успішної діяльності торгово-розважальних центрів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: file:///C:/Documents%20and%20Settings/%D0%90%D0%B4%D0%BC%D0%BD%D1%82%D1%8B/Downloads/Pohasii_Marketynhovi.pdf

29. Портер М. Стратегія конкуренції /Пер. з англ.. – К.: Основи, 1998.

30. Статистика рынка недвижимости город Одесса. Декабрь 2017 г. Электронный ресурс. Режим доступа: [www. Olimp. Net.ua](http://www.Olimp.Net.ua).

31. Самуляк В.Ю., Фещур Р.В. Оцінювання рівня розвитку підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <file:///C:/Documents%20and%20Settings/%D0%90%D0%B4%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B/Downloads/90.pdf>

32. Смолін І. В. Стратегічне планування розвитку організації.- К.: КНТЕУ, 2011 - 346 с.

33. Стратегія сталого розвитку «Україна - 2020». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http:// www.nbuviar.gov.ua](http://www.nbuviar.gov.ua).

34. Тищенко А.Н., Кизим Н.А., Догдайло Я.В. Экономическая результативность деятельности предприятий: Монографія.- Х.:ИД. „ИНЖЭК”, 2005,- 144 с.

35. Успенська Т. О. Основні тенденції розвитку дитячих

розважальних зон та центрів дозвілля в торгово-розважальних комплексах великих мегаполісів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [file:///C:/Documents%20and%20Settings/%D0%90%D0%B4%D0%BC%D0%B83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B/Downloads/avk_2013_1_25%20\(1\).pdf](file:///C:/Documents%20and%20Settings/%D0%90%D0%B4%D0%BC%D0%B83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B/Downloads/avk_2013_1_25%20(1).pdf)

36. Філіппов В.Ю., Нестеренко А.М. Шляхи розвитку торговельних підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <file:///C:/Documents%20and%20Settings/%D0%90%D0%B4%D0%BC%D0%B83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B/Downloads/203-207.pdf>

37. Харук К.Б. Інноваційні стратегії розвитку торговельних підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу: file:///C:/Documents%20and%20Settings/%D0%90%D0%B4%D0%BC%D0%B8%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B/Downloads/61_2.pdf

38. Чернікова Г. С. Класифікація торговельних центрів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [file:///C:/Documents%20and%20Settings/%D0%90%D0%B4%D0%BC%D0%B8%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B/Downloads/Nvpushk_2010_5\(2\)_29%20\(2\).pdf](file:///C:/Documents%20and%20Settings/%D0%90%D0%B4%D0%BC%D0%B8%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B/Downloads/Nvpushk_2010_5(2)_29%20(2).pdf)

39. Шершньова З. Є. Стратегічне управління. 2-е вид., перероб. і доп.- К.:КНЕУ, 2004.- 699 с.

40. Яворська В.В., Нефедова Н.Є. Рекреаційний комплекс Одеси: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <file:///C:/Documents%20and%20Settings/%D0%90%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B/Downloads/204-210.pdf>