

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ	
1.1. Розширення сфери діяльності підприємства як напрям його стратегічного розвитку.....	6
1.2. Порядок обґрунтування доцільності впровадження продуктових інновацій.....	15
1.3. Особливості розробки нових продуктів харчування.....	23
РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ НАПРЯМКІВ РОЗШИРЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	
2.2. Характеристика та аналіз показників господарської діяльності ТОВ «Круп'яний двір».....	33
2.1. Аналіз кон'юнктури ринку круп.....	46
2.3 Обґрунтування доцільності виходу на ринок із замороженою плодовоовочевою продукцією.....	55
РОЗДІЛ 3. ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ДОЦІЛЬНОСТІ ВИХОДУ ТОВ «КРУП'ЯНИЙ ДВІР» НА РИНОК З НОВИМ ПРОДУКТОМ	
3.1. Розрахунок інвестиційного та операційного планів проекту.....	65
3.2. Оцінка показників ефективності проекту розширення сфери діяльності.....	78
3.3. Аналіз ризиків реалізації проекту та можливостей їх зменшення.....	86
ВИСНОВКИ.....	96
Список використаних джерел.....	99
Додатки.....	106

ВСТУП

Актуальність дослідження. Одним із найбільш актуальних завдань сучасного розвитку економіки України є створення умов ефективного і динамічного переходу до ринкових відносин. В цих умовах особливої гостроти набуває необхідність розвитку підприємницької активності, діяльність підприємств і організацій, спрямованих на споживача. Досить частим проявом означеної активності є розширення сфери діяльності підприємств. Отже, тема дипломної роботи є досить актуальною.

Кожне підприємство, що реалізує власні задуми, водночас здійснює господарську діяльність в інтересах суспільства. Щоб отримати більший прибуток і бути конкурентоспроможним, воно повинне постійно дбати про науково-технічний прогрес, підвищувати якість товарів та зменшувати їхню собівартість.

Підприємства, які прийняли маркетингову концепцію господарювання, перш ніж приступати до виробництва продукції певного виду, ретельно вивчають ринок: потреби споживача, попит на свою продукцію в залежності від етапу його життєвого циклу, вимоги до якості, прогноз об'єму продажу, можливості конкурентів та ціни на аналогічну продукцію тощо. І тільки після проведених маркетингових досліджень підприємство приступає до аналізу своїх можливостей у частині необхідних об'ємів продажу, можливих витрат виробництва. Лише в результаті таких дій підприємство досягає певних успіхів.

Якщо розширення діяльності підприємства пов'язано із освоєнням нової продукції, кошти, отримані підприємцем покривають видатки по її створенню і продажу, приносять певний прибуток, виступають стимулом до подальшої реалізації нововведень та джерелом фінансування інноваційного процесу. Проте, продуктові інновації бувають не лише успішними, а й невдалими. Особливо висока частка невдач у сфері споживчих товарів, і, насамперед, продуктах харчування. Цьому сприяють наступні чинники:

скорочення життєвого циклу товарів, зростання витрат на дослідження, глобалізація конкуренції, посилення захисту прав споживачів; зменшення рентабельності торгових марок підприємств – послідовників тощо.

Обґрунтування поняття та методики розширення підприємств за рахунок реалізації інвестиційних проектів, розкривається у працях В.Р. Кучеренка, М.М. Єрмошенка, В.А. Карпова, О.С. Маркітана, Т. В. Мацибори. Різні аспекти механізмів розширення та розвитку бізнесу є також предметом дослідження О.Д. Андрєєва, І.Г. Грабар, В.Ф. Савченко. В свою чергу проблеми діяльності підприємств борошномельно-круп'яної промисловості знайшли відображення у роботах В.В. Коровій, Л.І. Катан, Т.Л. Мостенської та інших.

Метою дослідження є економічне обґрунтування доцільності розширення діяльності підприємства в сфері промислової переробки сільськогосподарської продукції.

Завданнями дипломної роботи є:

- розглянути теоретичні питання щодо розширення діяльності підприємств;
- провести аналіз ринку круп;
- здійснити економічний аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Круп'яний Двір»;
- провести оцінку конкурентних переваг ТОВ «Круп'яний Двір» на ринку круп;
- обґрунтувати доцільність освоєння нового напрямку діяльності в сфері виробництва замороженої плодоовочевої продукції;
- розрахувати основні параметри інвестиційного проекту з організації виробництва замороженої плодоовочевої продукції;
- розрахувати показники ефективності проекту з організації виробництва замороженої плодоовочевої продукції;
- провести оцінку проектних ризиків та детермінувати шляхи їхньої мінімізації.

Предметом дослідження є теоретичне, методологічне та практичне обґрунтування розширення сфери діяльності підприємства.

Об'єктом дослідження виступають процеси обґрунтування інвестиційних проектів розширення діяльності ТОВ «Круп'яний Двір».

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань у магістерській дипломній роботі використовуються такі методи:

- пізнання – при дослідженні теоретичних основ розширення діяльності підприємства;
- порівняльний – при аналізі конкурентних переваг ТОВ «Круп'яний Двір» при дослідженні внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування підприємства;
- розрахунковий – при оцінці показників ефективності діяльності підприємства; для економічного обґрунтування плану заходів щодо формування запропонованого проекту.

У роботі було використано також такі загальнонаукові методи економічного пізнання: індукції, дедукції, синтезу, аналізу, табличний, графічний. Використання зазначених методів у єдності та взаємозв'язку забезпечують практичність, реалістичність та достовірність отриманих результатів.

Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативно-правові акти, Закони України, фахова література, матеріали наукових конференцій та періодичних видань, статистичні дані Головного управління статистики в Одеській області, Міністерства аграрної політики та продовольства України, Міністерства промислової політики України. Застосовано матеріали маркетингових досліджень харчової промисловості, які проведені консалтинговими фірмами, а також внутрішня інформація ТОВ «Круп'яний Двір».

За результатами проведеного дослідження опубліковано наукову статтю «Кон'юнктурні передумови розвитку ринку замороженої плодоовочевої продукції» у студентському збірнику ФЕУП №25 2016р.

Список використаних джерел

1. Аналіз ринку плодоовочевої продукції [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.marketing.vc/>.
2. Аналіз і розробка інвестиційних проектів: навчальний посібник / [Цигилик І. І., Кропельницька С. О., Білий М. М., Мозіль О. І.]. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 160с.
3. Агропромисловий комплекс України: стан, тенденції та перспективи розвитку / Ред.: П. К. Канінський; УААН. Нац. наук. центр "Ін-т аграр. економіки". — К., 2009. — 291 с.
4. Белявцев М. І. Маркетингова цінова політика / Белявцев М. І, Петенко І. В, Прозорова І. В. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 123 с.
5. Белов М. А. Планування діяльності підприємства / Белов М. А., Євдокимова Н. М., Москалюк В. Є. – Київ: КНЕУ, 2002. – 252 с.
6. Галузевий маркетинг: [Навч. посібник для студентів екон. спец.] / Дам'янов А., Савельєв Є., Штефанич Д. та ін.; Ін-т змісту та методів навчання та ін.; [За заг. ред. Є. В. Савельєва, Д. А. Штефанича]. — К., 1997. – 175 с.
7. Гетьман Т. Стратегічні перспективи плодоовочевого бізнесу в Україні: у чому наші переваги та недоліки / Т. Гетьман // Агроогляд: овочі та фрукти. – 2007. – №1–2 (57–58). – С.13–14.
8. Горбаченко С. А. Аналіз підприємницьких проектів: навчальний посібник / Горбаченко С. А., Карпов В. А. – О: ОНЕУ ротапринт, 2013. – 241 с.
9. Гончарук Т. І. Конкуренція і конкурентоспроможність: зміст і розвиток у перехідній економіці / Т. І. Гончарук. – Суми : ВВП "Мрія-1" ЛТД, 2008. — 60 с.
10. Грабар І.Г. Система технологій і основи бізнес-планування: Навч. посіб. для студ. вищ. техн. навч. закл. / І.Г. Грабар, В.Є. Титаренко; Житомир. інж.-технол. ін-т. – Житомир, 2012. – 128 с.

11. Гросул В. А. Конкурентоспроможність торговельного підприємства: сутність та критерії оцінки [Електроний ресурс]. – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_gum/Vzhdtu_econ/2010_3_1/54.pdf
12. Гукалюк А.Ф. Інвестиційна привабливість як чинник підвищення конкурентоспроможності території / А.Ф. Гукалюк, І.М. Іванович // Актуал. пробл. економіки. – 2010. – № 6. – С. 167–173.
13. Дайновський Ю.А. Товарна інноваційна політика: навч. посіб. / Ю.А. Дайновський; Львів. комерц. акад. — Л., 2008. — 312 с.
14. Данилович-Кропивницька М.Л. Особливості прийняття стратегічних управлінських рішень на вітчизняних підприємствах/ М.Л.Данилович-Кропивницька, Ж.В.Поплавська// Вісник Національного університету "Львівська політехніка".- 2013.- №2 (547).- 39с.
15. Дорош О. І. Маркетингова стратегія у системі забезпечення конкурентоспроможності підприємства / О. І. Дорош // Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка" . Пробл. економіки та упр. - 2011. - № 698. - С. 150-155.
16. Дейан А. Стимулирование сбыта / Дейан Арман, Троадек Анни, Троадек Люк; [Пер. с фр. под ред. С.Г.Божук] — 9-е изд. — СПб.: Изд. Дом «Нева»; М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2003. — 127с.
17. Дідківська Л.І. Розвиток конкуренції у сфері товарного обігу / Дідківська Л.І. // Актуальні проблеми економіки – 2007.-№7.с. 25-31
18. Економіка і планування бізнесу. Наукове видання / [В.Р.Кучеренко, А.І.Бутенко, А.В.Андрейченко та ін.; наукові керівники: д.е.н., проф.. Бутенко А.І. і д.е.н., проф. Кучеренко В.Р.]. – Одеса, 2004. – 458с.
19. Економічний аналіз: Навч. посібник /М.А.Болюха, В.З. Бучевський, М.І. Горбаток; за ред. Акад. НАНУ. проф. М.Г. Чумаченка. — К.: КНЕУ, 2001. — 540 с.
20. Єрмошенко М. М. Аналіз і оцінка інвестиційних проектів : Навч. посіб. / Єрмошенко М.М., Плужников І.О.; Нац. акад. упр. — [2-е вид.] — К., 2006. — 155 с.

21. Закон України «Про стандартизацію» від 17.05.2001. № 2408 – III (із змінами, внесеними згідно із Законом України «Про стандарти, технічні регламенти та процедури оцінки відповідності» від 01.12.2005. № 3164 - IV).
22. Закон України «Про захист прав споживачів» від 12.05.1991. – № 1023 – XII (у редакції Закону № 3161 – IV від 01.12.2005.).
23. Закон України «Про безпечність та якість харчових продуктів» від 06.09.2005, № 2809 – IV (із змінами станом на 31.05.2007, № 1104 - V).
24. Закон України «Про стандарти, технічні регламенти та процедури відповідності» від 01.12.2005, № 3164 – IV, (із змінами станом на 15.01.2009, № 882 - VI).
25. Зозульов О.В.Ринкове позиціонування: з чого починається створення успішних брендів / О.В. Зозульов, Н.Л. Писаренко. - Київ: Знання-Прес, 2004. – 199 с.
- 26.Калюжна О. В. Формування ринку зерна на Півдні України // Вісн. аграрної науки Причорномор'я: Наук. журн. – Миколаїв, 2009. – Вип. 1 (6). – С. 2 –27.
27. Карпов В.А. Прогнозування кон'юнктури ринку/В.А. Карпов, В.Р. Кучеренко. – К.: Знання, 2003. – 167с.
28. Карпов В. А. Методические рекомендации по использованию программы расчета критериев эффективности инвестиционных проектов «Расчет NPV» в учебном процессе (руководство пользователя). – Одесса: ОГЭУ, 2000. – 16с.
29. Кардаш В.Я. Товарна інноваційна політика: Навч. посіб. / В.Я. Кардаш; Київ. нац. екон. ун-т. — К., 1999. — 123 с.
- 30.Катан Л.І. Аграрний бізнес: навч. посіб. / Л.І. Катан, О.В. Пирог, І.В. Тараненко, І.А. Воловик, Н.В. Бондарчук, Н.П. Дуброва, Р.М. Безус, Д.Ю. Ляшко, О.В. Дашевська, О.Ю. Красовська; Дніпропетр. держ. аграр. ун-т, Дніпропетр. ун-т економіки та права. — Д., 2009. — 236 с.

31. Колас Б. Керування фінансовою діяльністю підприємства. Проблеми, концепції, методи / Б. Колас - М., Фінанси, ЮНИТИ, 2006. – 221 с.
32. Котлер, Филип. Основы маркетинга/ Пер. с англ. В. Б. Боброва. — М.: Бизнес-кн.: Има-Кросс Плюс, 1995. – 699 с.
- 33.Коровій В. В. Проблемні питання становлення ринку зерна в Україні / Коровій В. В., Захарчук О. В. // Інститут землеробства Укр. акад. аграр. наук. Зб. наук. пр. – К. , 2010. – Вип. 1. – С. 199–202.
34. Криковцева Н. Вплив споживчих переваг на організацію збутової функції торговельного підприємства / Н. Криковцева // Торгівля і ринок України: Темат. зб. наук. пр. з пробл. торгівлі і громад. харчування. – 1999. – Вип. 9, Т. 2. – С. 263–267.
35. Кузьмін Олег Євгенович. Рекламна стратегія підприємства / О.Є. Кузьмін, С.Б. Романишин, Н.І. Горбаль. – Львів: Вид-во Нац. ун-ту «Львів. політехніка», 2008. – 167 с.
36. Кучеренко В. Р. Проектний аналіз у підприємництві /В.Р.Кучеренко, В.А.Карпов, О.М.Подмазко; Одес. держ. екон. ун-т. – О.: Астропринт, 2006. – 122 с.
- 37.Кучер Л.М. Особливості регулювання торгівлі сільськогосподарською продукцією в умовах СОТ/ Кучер Л.М. // Економіка АПК. – 2005. – № 5. – С. 144–151.
38. Лошенко І. Р. Маркетингове управління конкурентоспроможністю торговельного підприємства / І. Р. Лошенко // Економічні науки. – Луцьк, 2007. — Вип. 4 (14): Серія: Економіка та менеджмент. – С. 194-203.
39. Мазур И. Управление проектами: учебное пособие /Мазур И.И., Шапиро В.Д., Ольдерогге Н.Г. - М.: Омега-Л, 2004.— 664с.
40. Макарова В.Л. Довідник економічного інструментарію/ В.Л.Макаров, Н.Е. Христюбова, Е.Г. Яковенко.- М.: ЗАТ Изд-В Економіка, 2009.- 170с.

41. Матвійчук А.В. Економічні ризики в інвестиційній діяльності / Матвійчук Андрій Вікторович. — Вінниця: Універсум-Вінниця, 2005. — 202с.
42. Мацибора Т.В. Передумови залучення та ефективного використання іноземних інвестицій в АПК України: Автореф. дис... канд. екон. наук / Т.В. Мацибора ; НАН України. Держ. установа "Ін-т економіки та прогнозування". — К., 2005. — 20 с.
43. Мельник Л.Г. Маркетингова цінова політика: Навч. посіб. / Л.Г. Мельник, О.І. Карінцева, Л.В. Старченко. — Суми: Унів. кн., 2007. — 240 с.
44. Мних М.В. Планування діяльності підприємства в сучасних економічних умовах: Навч. посіб. для студ. вузів / М.В. Мних; Акад. муніцип. упр. — К.: Знання України, 2004. — 91 с.
45. Мостенська Т.Л. Ринок продовольчих товарів України: перспективи розвитку / Т.Л. Мостенська. // Наукові праці НУХТ – 2008. – №26–С.86–89.
46. Ніколаєнко С.М. Пріоритетні напрями розвитку інноваційної діяльності в Україні / С.М. Ніколаєнко // Вісн. Житомир. держ. ун-ту ім. І. Франка. — 2013. — N 33. — С. 35-39.
47. Окландер М. А. Маркетинг и логистика в предпринимательстве / [Ред. Н. А. Котик]. — [Одесса: АП НТиЭИ, 1996]. — 103 с.
48. Офіційний веб – сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
49. Осташко Т.О. Сільське господарство України в умовах СОТ: аналітичні передбачення і практичні очікування / Т.О. Осташко // Економіка і прогнозування. – 2005. – № 3. – С. 41–54.
50. Підтримка аграрного сектора в системі державного регулювання економіки: навч. посіб. / Ред.: О. М Бородіна; Ю. М Лопатинська; Ін-т економіки та прогнозування НАН України, Чернів. нац. ун-т ім. Ю.Федьковича. – Чернівці, 2009. – 279 с.

51. Податковий кодекс України від 6 липня 2012 року N 5180-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rada.gov.ua/>.
52. Проблеми кон'юнктурних досліджень ринків товарів та послуг в Україні/ [В.Р.Кучеренко, А.В.Андрейченко, Л.М. Гейко та ін.; під науковим керівництвом і редакцією д.е.н., професора В.Р.Кучеренка]. – Одеса: Атлант, 2010. – 164 с.
53. П'ятницька Г. Нові підходи формування стратегії підприємства в умовах конкуренції /Г. П'ятницька // Підприємництво, господарство і право. – 2004. – №11. – С. 136–140.
54. Савельєв Є.В. Новітній маркетинг: навч. посіб. / Є. В. Савельєв (ред). – К.: Знання, 2008. – 420 с.
55. Савченко В.Ф. Аналіз альтернативних проектів та оптимальне розміщення інвестицій / В.Ф. Савченко, О.О. Ромашкін // Актуал. пробл. економіки . – 2009. – N 4. – С. 179–187.
56. Скибінський С. В. Сегментування ринку в інвестиційних проектах / Скибінський С.В., Скибінський О.С. – Львів: Вид-во Львів. комерц. акад., 2007. – 135 с.
57. Сердюк Т.В. Бізнес-план інвестиційного проекту: Навч. посіб. для студ. екон. спец. / Т.В. Сердюк; Вінниц. держ. техн. ун-т. – Вінниця, 2002. – 134 с.
58. Соловійов В.П. Організаційно-технологічний ризик в процесі реформування та інноваційного розвитку агропромислового комплексу України / В.П. Соловійов, П.П. Охримчук, Л.В. Галенко, А.І. Войтович // Наука та наукознавство. – 2009. – N 4. – С. 54–64.
59. Тарасюк Г.М. Бізнес-план: розробка, обґрунтування та аналіз: Навч. посіб. для студ. ВНЗ / Г.М. Тарасюк; Житомир. держ. технол. ун-т. — Житомир, 2006. – 419 с.
60. Татар М.С. Особливості концептуального визначення категорій конкуренції та конкурентоспроможності / Татар М.С.// Економіка та держава – 2012. – № 1. – С. 61–64.

61. Ульянченко О.В. Управління проектами. Бізнес-план проекту: лекція / О.В. Ульянченко, М.Ф. Соловйов, П.Ф. Цигікал, А.В. Токар, А.В. Кучер, Л.Ю. Василено; Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В.Докучаєва. – Х., 2009. – 58 с.
62. Уманець Т. В. Економічна статистика: Навч. посіб. / Т. В. Уманець. – К.: Знання, 2006. – 429 с.
63. Уманець Т. В. Методи і моделі оцінювання розвитку малого бізнесу: мезо- та мікрорівень: монографія / Т. В. Уманець, Ю. О. Ольвінська, О. В. Лучакова; Одес. держ. екон. ун-т. – Донецьк : ВІК, 2010. – 280 с.
64. Федорчук А.І. Маркетингові дослідження: навч. посіб. / Федорчук А.І.; УКООПСПЛКА, Львів. комерц. акад. – Львів: Вид-во Львів. комерц. акад., 2008. – 367 с.
65. Хвевик Ю.М. Сутність конкуренції та фактори впливу на стан ринкового конкурентного середовища / Хвевик Ю.М. // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. – № 4. – С. 53–57.
66. Царенко О. М. Еколого-економічні проблеми розвитку агропромислового виробництва / О.М. Царенко; Сум. держ. аграр. ун-т. – К.: Вища школа, 2008. – 294 с.
67. Чланчук В. С., Колесов О. С. Формування ринку зерна та продуктів його переробки // Економіка АПК. – 2010. – № 10. – С. 74–77.
68. Чупик Г.Р. Наукові підходи до визначення категорій «конкуренція» та «конкурентоспроможність»/ Чупик Г.Р. // Вісник Львівської КА. – 2006. – № 22. – С. 55–58.
69. Шимко О. В. Розвиток конкуренції у сфері торгівлі як необхідна умова ефективного функціонування споживчого ринку [Електроний ресурс]. – Режим доступу: www.nbuv.gov.ua/Portal/Soc_Gum/En_oif.pdf
70. Шубалий О.М. Методика порівняльної оцінки конкурентних переваг підприємств галузі ринку / Шубалий О.М. // Актуальні проблеми економіки – 2008. – №1. – С. 70–77.