

МІНІСТРЕСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра економіки підприємства та організації підприємницької діяльності

Допущено до захисту

Завідувач кафедри_

Янковий О. Г.

“_” травня 2018 року

ВИПУСКНА РОБОТА

На здобуття освітнього ступеня бакалавра

за темою: « Обґрунтування стратегії підприємства

(на прикладі ТОВ «ОВІ-ДИСТРИБУШН»)»

Виконавець:

студент 4 курсу, групи 4

Паєвська Єлізавета Євгенівна

Науковий керівник:

к.е.н., доц. Кошельок Галина

Володимирівна

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА	
1.1. Сутність стратегічного розвитку підприємства	6
1.2. Види стратегічного розвитку підприємства.....	13
1.3. Обґрунтування факторів вибору стратегічного розвитку підприємства ...	17
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТРАТЕГІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ОВІ-ДИСТРИБУШН»	
2.1. Стан ринку автозапчастин в Україні	28
2.2. Характеристика ТОВ «ОВІ-ДИСТРИБУШН» та аналіз його фінансово-господарської діяльності.....	37
2.3. Оцінка зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства	47
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СТРАТЕГІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ОВІ-ДИСТРИБУШН»	
3.1. Обґрунтування стратегічного напрямку розвитку підприємства	58
3.2. Інвестиційний та операційний план проекту створення автомийки	66
3.3. Оцінка економічної ефективності проекту та проектних ризиків.....	74
ВИСНОВКИ	85
Список використаних джерел	87
Додатки	92

ВСТУП

Актуальність теми. У наш час в Україні діє значна кількість підприємств. Для того, щоб підприємство приносило прибуток його власникам, воно весь час повинно розвиватися та бути конкурентоспроможним. Для цього всі вони мають певну стратегію розвитку. Майбутньому спеціалісту, належно знати усе про підтримку успішності підприємства, про те, як змусити його розвиватись та приносити прибуток. Тому обрано саме цю тему, яка пов'язана зі стратегією розвитку підприємства, а також її економічному обґрунтуванні.

Отже, дана тема є досить актуальною, тому що без розробки стратегії розвитку підприємство просто перестане бути конкурентоздатним і почне втрачати прибуток.

Проблема розвитку підприємств дуже розповсюджена в Україні у наш час. Суворі умови, у яких зараз знаходяться підприємці та підприємства через скрутне становище національної економіки, дуже звужує можливість розвитку підприємств, які зараз з труднощами отримують мінімальний прибуток для підтримки самої діяльності підприємств, які кожного дня на порозі до банкрутства і не мають значних фінансових ресурсів для розвитку.

Окрім цього, проблемі розвитку підприємств будь-якої галузі присвячена велика кількість наукових робіт і літератури. Кожен автор чи науковець володіє особистою думкою про те, що є головнішим у розвитку підприємства, отже, у цій роботі це буде визначено. Крім того, потрібно завжди притримуватися закону України у здійсненні будь-якої економічної діяльності, який міститься у таких джерелах, як Конституція України, Цивільний кодекс України, Кодекс законів про працю України, а також багатьох нормативно-правових актах.

У своїх наукових працях цю тему розглядають такі вчені та викладачі: Ансофф І., Борецька Н.П., Василенко В.О., Васильківський Д.М., Грабар І.Г., Григор'єва Т.В., Данілова Е. І., Данилович-Кропивницька М.Л., Кучеренко В.Р., Карпов В.А., Лук'янова В.В., Лазаренко Л.О., Марцин В.С., Мастепан М. А.,

Покропивний С.Ф., Попов Е. В., Кошкіна К.Т., Шульгіна Л. М., Савіцька Г.В., Ульяновченко О.В., Федорчук А.І., Черниш О.І. та інші.

Метою даної дипломної роботи є: систематизація, закріплення та поглиблення знань, набутих у процесі навчання, розвиток навичок науково-дослідної роботи, оволодіння сучасними методами і формами організації підприємницької діяльності, систематизація та актуалізація знання й навчання їх практичної реалізації, виділення головних факторів розвитку підприємства, вивчення актуальних питань зі сфери розвитку торгівельного підприємства та набуття досвіду у даній галузі економіки.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- розкрити сутність стратегічного розвитку підприємства;
- з'ясувати які існують види стратегічного розвитку підприємства;
- ознайомитись з обґрунтуванням факторів вибору стратегічного розвитку підприємства;
- провести аналіз стану ринку автозапчастин України;
- проаналізувати фінансово-господарську діяльність ТОВ «ОВІ-ДИСТРИБУШН»;
- оцінити зовнішнє та внутрішнє середовище підприємства;
- обґрунтувати стратегічний напрямок розвитку підприємства;
- оцінити економічну ефективність проекту та проектних ризиків.

Об'єкт дослідження – це економічна діяльність і розвиток підприємства ТОВ «ОВІ-ДИСТРИБУШН».

Предмет дослідження – теоретичні та методичні питання економічного обґрунтування стратегії розвитку ТОВ «ОВІ-ДИСТРИБУШН».

Методи дослідження. В даній роботі застосовано декілька методів наукового дослідження: порівняльний економічний аналіз, методи статистичної обробки даних, методи аналізу ринку, графічні методи, статистичні, економіко-математичні та інші. Економічні та аналітичні показники розраховані з допомогою формул та програмного продукту Project Expert.

Використання усіх формул і методів у цій роботі досягнуто за допомогою наявності економічних та статистичних показників, взятих зі звітів про фінансові результати, балансу та інших даних ТОВ «ОВІ-ДИСТРИБУШН» за останні 3 роки.

Інформаційна база дослідження. У якості інформаційної бази дослідження послужили дані наукових публікацій та монографічних видань вітчизняних і закордонних вчених, нормативно-законодавчі акти України, матеріали наукових конференцій і досліджень, звіти та аналітичні матеріали відповідних державних органів, агентств, дані звітності вітчизняних підприємств, організацій і установ, зокрема ТОВ «ОВІ-ДИСТРИБУШН», та ін.

До них відносяться: Конституція України, Цивільний кодекс України, Кодекс законів про працю України, нормативно-правові акти, що стосуються економічної діяльності підприємств в Україні.

Отже, керуючись усім вищенаведеним, поетапно буде розкрито обрання стратегії економічного розвитку підприємства, попутно обґрунтовуючи кожне прийняте рішення.

Структура і обсяг роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (50 найменувань) та 3 додатків. Загальний обсяг бакалаврської роботи становить 88 сторінки комп'ютерного тексту, містить 17 таблиць та 17 рисунків.

ВИСНОВКИ

В даній роботі було розглянуто сутність стратегічного розвитку підприємства. Загальна стратегія розвитку підприємства пов'язана з діяльністю підприємства в цілому, використанням всіх ресурсів і орієнтована на виконання його головної цілі, вона визначає напрямок діяльності підприємства для досягнення його росту і покращення його показників.

З'ясовано, що існують декілька видів стратегічного розвитку підприємства, а саме виробничі або допоміжні види стратегій, які забезпечують реалізацію генеральної стратегії підприємства по окремим напрямкам його діяльності (маркетингова, фінансова, виробнича та ін.), видам діяльності (стратегія основної діяльності, пов'язана з реалізацією товарів і обслуговуванням покупців, стратегія неторгової діяльності – ремонтно-будівельної, транспортної, виробничої і т.д.) використанню окремих видів ресурсів (стратегія формування і використання трудових ресурсів, матеріально-технічної бази, фінансових ресурсів і т. д.)

Проведено аналіз стану ринку автозапчастин України, який засвідчує, що він все ще знаходиться на стадії розвитку, проте товарообіг на ньому постійно збільшується. У 2016 році обсяг ринку сягнув позначки 3 709 млн. грн. при темпі зростання 6,1%. Спостерігається велика частка вторинних імпортних автозапчастин, і невелика частка оригінальних.

Виявлено, на основі аналізу фінансово-господарської діяльності ТОВ «ОВІ-ДИСТРИБУШН», що за аналізований період економічні показники підприємства зросли. Чистий дохід від реалізації продукції збільшився з 10 458,2 тис. грн. у 2015 році до 13 306,4 тис. грн. у 2016 році. Крім того, у 2016 році спостерігалось різке збільшення чистого доходу до рівня 19 423,2 тис. грн.

Зазначено, що підприємство має багато конкурентів, але займає стабільне положення у своєму сегменті Одеси і України в цілому. Торгівля автозапчастинами трохи страждає через місцеве тіньове виробництво автокомплектуючих, які продаються за заниженими цінами. В той самий час,

найбільш платоспроможні власники автомобілів бажають обслуговуватись виключно на «фірмових» СТО та купують деталі виключно у офіційних дилерів.

Визначено, що для збільшення конкурентоспроможності підприємства, найсприятливішою стратегією розвитку підприємства є стратегія диверсифікації власної діяльності, що передбачає розширення сфери послуг, а саме відкриття автомийки. Основними причинами вибору саме такої стратегії є: наявність власного приміщення поряд з магазином де можна розташувати автомийку, знаходження на вдалій транспортній розв'язці, можливість використовувати на автомійці власні миючі засоби та авто хімію тощо.

Оцінено економічні ефективності проекту та проектних ризиків. Визначено, що початкові витрати на реалізацію проекту відкриття автомийки на базі ТОВ «ОВІ-ДИСТРИБУШН» становлять 815,2 тис. грн. а поточні витрати – 40,3 тис. грн. на місяць. Запланований обсяг доходів сягає 183 тис. грн. на місяць. Основним джерелом доходів є надання послуг комплексної мийки. Також було визначено, що обрання даної стратегії розвитку передбачає досить велику ефективність проекту.

Отже, з усього вищенаведеного, з'ясовано, що проект відкриття автомийки на базі ТОВ «ОВІ-ДИСТРИБУШН» є найбільш перспективним.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Внутрішня торгівля: регіональні аспекти розвитку: моногр. / [О.М. Азарян, Я.М. Антонюк, В.В. Апопій, О.О. Бакунов, Я.А. Гончарук]; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М.Туган-Барановського, Укоопспілка, Львів. комерц. акад. –Донецьк; Л., 2010. –404 с.
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. – 160 с.
3. Аналіз авторинку України [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.marketing.vc/>
4. Аналіз ринку автозапчастин [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://pro-consulting.com.ua/>
5. Андрєєва О.Д. Технологія бізнесу: Маркетинг: Навчальна допомога.- М.: Справа, 2011. – 211с.
6. Аналіз маркетингового середовища діяльності підприємства: Конспект лекцій для студентів ФГХГГіТ усіх форм навчання дисципліна "Маркетинг" / Київ. держ. торг.-екон. ун-т; [Уклад. Л. М. Шульгіна]. –К., 2010. –98 с.: іл., табл.
7. Ансофф І. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф; пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. –С-Пб.: Питер, 2008. – 414 с.
8. Афонін А. А. Маркетинг: Конспект лекцій / Міжрегіон. Акад. упр. персоналом; [Ред. С. С. Литвин]. –[2-е вид.]. –К., 2012. –87, [1]с.: іл., табл.
9. Борецька Н.П. Економіка підприємства: навч. посіб. / Н. П. Борецька, Є. В. Кравченко; Донец. ін-т ринку та соц. політики. –Донецьк, 2010. –271 с.
10. Василенко В.О. Стратегічне управління підприємством: Навчальний посібник / В.О.Василенко, Т.І.Ткаченко. – 3-ге вид., випр. і допов.- К.: ЦНЛ, 2014.- 400 с.
11. Васильківський Д.М. Стратегічне управління підприємством в умовах ринкових відносин / Васильківський Д.М. // Вісник Технологічного

- університету Поділля. Соціально-гуманітарні науки. – 2013. – №6. – С. 81-83.
12. Верещагіна Г. В. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства: конспект лекцій / Г. В. Верещагіна –Х.: Харк. нац. екон. ун-т, 2009. –116 с.
13. Воронин С., Оленицкая Л. О методике расчета рентабельности в реальном секторе экономики//Общество и экономика, 2011.-№2 . –С. 84-99.
14. Гайванович Н.В. Комплекс маркетингу у сфері послуг: процес та забезпечення / Н.В. Гайванович // Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка". Логістика. –2011. –N 649. –С. 145-153.
15. 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.
16. Григор'єва Т.В. Економіко-математичне моделювання структури малого бізнесу сфери послуг на регіональному рівні / Т.В. Григор'єва, І.С. Ткаченко. – Т.: Екон. думка, 2009. –151 с.
17. Данілова Е. І. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи / Е. І. Данілова // Наук. пр. Нац. ун-ту харч. технологій . –2009. - № 30. –С. 56-59.
- 18. 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). –39 с.**
- 19.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.
- 20.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, 2010. – 458с.

- 21.Іванов Ю. Б. Стратегія підприємства: підручник / Ю. Б. Іванов, О. М. Тищенко, Т. М. Чечетова-Терашвілі, О. В. Ревенко; Харк. нац. екон. ун-т. – Х. : ІНЖЕК, 2011. –560 с.
22. Зверяков М. І. Національна економічна система: проблеми теорії / М. І. Зверяков. – Одеса : Астропринт, 2012. – 320 с.
23. Зверяков М. І. Теоретична парадигма сталого розвитку та українські реалії / М. І. Зверяков // Економіка України. – 2018. – №10. – С. 10-31.
24. Зверяков М. І. Пізнавальний потенціал політичної економії [Текст] / М. І. Зверяков // Економічна теорія . – 2012. – № 3. – С. 5–14.
22. Карпов В.А. Прогнозування кон'юнктури ринку/ В.А. Карпов, В.Р. Кучеренко. – К.: Знання, 2009. –167 с.
- 23.Кучеренко В. Р. Проектний аналіз у підприємстві /В.Р.Кучеренко, В.А.Карпов, О.М.Подмазко; Одес. держ. екон. ун-т. –О.: Астропринт, 2011. –122 с.
- 24.Лук'янова В.В. Методи визначення собівартості і ціни на невеликих підприємствах невиробничої сфери / В.В. Лук'янова // Вісн. Технол. ун-ту Поділля. Екон. науки. –Хмельницький, 2010. –N 4, ч. 1. –С. 21-25.
- 25.Лазаренко Л.О. Стратегічні цілі підприємства// Вісник Технологічного університету Поділля. Економічні науки. –2012.- №2,Ч.1. –С. 287-289.
- 26.Лисенко Н. Застосування методів прогнозування при формуванні стратегічних альтернатив// Актуальні проблеми економіки. –2010.- №4. –С. 163-170.
- 27.Мартиненко М.М. Стратегічний менеджмент : підручник для студентів вузів /М.М. Мартиненко, І.А. Ігнатієва. – К. :Каравела, 2011. – 319 с.
- 28.Махмудов Х. З. Економіко-організаційний механізм формування попиту і стимулювання збуту (ФОПСТИЗ): Моногр. / Х. З. Махмудов; Полтав. держ. аграр. акад. –Полтава, 2012. –268 с.
- 29.Малое предприятие автосервиса: Организация, оснащение, эксплуатация. Кузнецов А.С., Белов Н.В. М.: Машиностроение, 2005. – 304 с.
- 30.Мазур И. Управление проектами: учебное пособие /Мазур И.И., Шапиро

В.Д., Ольдерогге Н.Г. - М.: Омега-Л, 2014.–664 с.

- 31.Марцин В.С. Економічна стратегія конкурентної політики - шлях ефективної діяльності підприємства// Проблеми науки. –2012.- №10. –С. 22-28.
- 32.Мастепан М. А. Оцінка якості послуги підприємства автосервісу / М. А. Мастепан, С. М. Мастепан, В. С. Кузьмін, О. О. Дашковський // Вісті Автомоб.-дор. ін-ту . –2013. - № 2. –С. 180-186.
- 33.Матвійчук А.В. Економічні ризики в інвестиційній діяльності / Матвійчук Андрій Вікторович. –Вінниця: Універсум-Вінниця, 2011. –202 с.
- 34.Офіційний веб – сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
- 35.Павлов В. І. Основи підприємництва: бізнес-планування: Навч. посіб. - Луцьк: Надстир'я, 2000. - Т.1. –2010. –201 с.
- 36.Покропивний С.Ф., Колот В.М. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність. – К.: КНЕУ, 2012 – 352 с.
- 37.Попов Е. В. Продвижение товаров и услуг: Учеб. пособие. - М.: Финансы и статистика, 2013. – 214 с.
- 38.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.
- 39.Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятий. – Минск: ООО «Новое знание», 2011. – 686 с.
- 40.Скибінський С. В. Сегментування ринку в інвестиційних проектах / Скибінський С.В., Скибінський О.С. –Львів: Вид-во Львів. комерц. акад., 2012. – 135 с.
- 41.Софина Т. Н. /Сфера услуг: Трансформация в рыночной экономике. – СПб, изд-во СПбГУЭФ, 2010.– 120 с.
- 42.Технологическое оборудование для технического обслуживания и ремонта легковых автомобилей: Справочник / Р.А. Попржедзинский, А.М. Харазов, В.Г. Карцев, Евсева. – М.: Транспорт, 2009. – 176 с.
- 43.Технология авторемонтного производства: Учебник / Под ред. Кошкина

К.Т. М.: “Транспорт”, 2014 г. 568 с.

44. Ульянченко О.В. Управління проектами. Бізнес–план проекту: лекція / О.В. Ульянченко, М.Ф. Соловійов, П.Ф. Цигікал, А.В. Токар, А.В. Кучер, Л.Ю. Василено; Харк. нац. аграр. ун–т ім. В.В.Докучаєва. –Х., 2011. –58 с.
45. Федорчук А.І. Маркетингові дослідження : навч. посіб. / Федорчук А.І.; УКООПСПЛКА, Львів. комерц. акад. –Львів: Вид–во Львів. комерц. акад., 2013. –367 с.
46. Черниш О.І. Ринок послуг: механізми державного регулювання в трансформаційній економіці / В.В. Дорофієнко (заг.ред.). –Донецьк : ТОВ РВК «ПРОМО», 2011. –410 с.
47. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства. – Тернопіль:2011. – 390 с.
48. Бачевський Б. Є., Заблодська І.В., Решетняк О.О. Потенціал і розвиток підприємства / Навч. пос. –К.: Центр учбової літератури, 2009. –400 с.
49. Аналіз українського ринку автомобільних запчастин виробництва країн СНД / Аналітика ринків, фінансовий консалтинг «Pro consulting». – К.:2016 р. – 450 с.
50. Савич О.П. Стратифікація та динаміка вітчизняного ринку автозапчастин / ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана». – К.:2012 р. – 10 с.