

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

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

(підпис)
“ ____ ” _____ 201__ р.

РЕФЕРАТ

на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
за магістерською програмою професійного спрямування
«Економіка, планування та управління бізнесом»

на тему: « **Економічне обґрунтування стратегії розвитку підприємства (на прикладі ПП «Класіко»)»**

Виконавець:

студентка ФЕУП

Слюсар Марія Вячеславівна

/підпис/

Науковий керівник:

д.е.н., професор

Ковальов Анатолій Іванович

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Стратегічний менеджмент як концепція управління фірмою дозволяє поглянути на організацію як на єдине ціле, пояснити з загальносистемних позицій, чому деякі фірми розвиваються і процвітають, а інші переживають стагнацію або їм загрожує банкрутство, тобто чому відбувається постійне перерозподіл ролей основних учасників ринку.

Стратегічний менеджмент є інтегруючим курсом, який об'єднує різні розділи і дисципліни теорії фірми: менеджмент, маркетинг, економіку фірми, фінансовий менеджмент, інформаційні технології.

У найзагальнішому вигляді стратегія може бути визначена як ефективна ділова концепція, доповнена набором реальних дій, який здатний привести цю ділову концепцію до досягнення реальної конкурентної переваги, здатного зберігатися тривалий час.

Розробка стратегії повинна ґрунтуватися на глибокому розумінні ринку, оцінці позиції підприємства на ринку, усвідомленні своїх конкурентних переваг.

Ефективне використання ефективної стратегії - це випробуваний рецепт успіху в бізнесі, а й найкраще випробування якості управління.

Мета роботи - розробити та економічно обґрунтувати стратегію розвитку в салоні краси "Класіко".

Для досягнення мети необхідно вирішити наступні **завдання**:

- дати визначення стратегії підприємства у трактуваннях відомих вчених
- навести класифікацію стратегій підприємства
- описати процедуру вибору варіанта стратегії та його оцінку
- навести загальну характеристику підприємства ПП «Класіко»
- провести аналіз фінансового становища та стійкості підприємства
- провести дослідження макро- та мікросередовища підприємства
- розробити стратегію розвитку підприємства

Дати економічне обґрунтування ефективності плану заходів щодо формування стратегії підприємства

Об'єкт роботи – процес стратегії розвитку підприємства.

Предмет роботи – розробка стратегії розвитку в салоні краси "Класіко".

Методи дослідження. Методологічною основою є системний підхід до розкриття економічної сутності основних засобів. Загальні наукові принципи стали теоретичним підґрунтям проведених у роботі досліджень. Вирішення поставлених завдань було досягнуто при застосуванні загальнонаукових методів наукової абстракції, аналізу й синтезу, порівняння, індукції та дедукції, вибіркового обстеження та групування, статистичних методів, методу комплексного підходу, табличного та графічного методів, застосована програма ProjectExpert.

Інформаційна база дослідження. Праці економістів: І. Анзоффа, Р. Акоффа, А.А. Томпсона, А.Дж. Стрікланда, Г. Мінцберга, Б.Альстренда, П.Діксона, П. Дойля, М. Портера, Д. Кемпбел, Дж. Стоунхауса, Б.Х'юстона, Х. Виссема, В. Архипова, М.І. Бухалкова, О.С. Виханського, А.Л.Гапоненка, А.П. Панкрухин та інші. Також становлять законодавчі й нормативні акти України, інструктивні матеріали з питань

розробки стратегії підприємства, наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених з питань розробки стратегії, облікова інформація та фінансова звітність ПП "Класіко" та інша довідкова інформація, статистична інформація.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (22 найменувань) та 2-х додатків. Загальний обсяг роботи становить 86 сторінок. Основний зміст викладено на 81 сторінках. Робота містить 18 таблиць та 22 рисунків.

Публікації та апробація результатів дослідження. За результатами проведеного дослідження була опублікована стаття на тему «Стратегія розвитку підприємства» у «Науковому студентському віснику» ФЕУВ-№ ,2017 р.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

Робота складається з вступу, трьох розділів, висновків та списку використаної літератури.

У першому розділі описуються теоретичні аспекти стратегічного розвитку підприємства, дається визначення стратегії підприємства у трактуваннях відомих вчених, наведена класифікація стратегій підприємства та описана процедура вибору варіанта стратегії та його оцінки.

У другому розділі проводиться дослідження внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування підприємства ПП «Класіко», наведена загальна характеристика підприємства, проведено аналіз фінансового становища та стійкості підприємства та дослідження макро- та мікросередовища підприємства.

У третьому розділі проводиться економічне обґрунтування стратегії розвитку ПП «Класіко», розробляється стратегія розвитку підприємства та виконується економічне обґрунтування ефективності плану заходів щодо формування стратегії підприємства.

У роботі застосовані такі методи дослідження як логічний, статистичний та інші.

У процесі написання роботи були застосовані наукові праці зарубіжних і вітчизняних авторів.

Структура роботи відповідає поставленим цілям і завданням.

ВИСНОВКИ

На закінчення зробленого можна зробити висновок про те, що саме обрана і реалізована стратегія діяльності підприємства є основою його успішного існування в ринкових умовах.

На прийняття маркетингових рішень впливають різні чинники, в основному - це зовнішні фактори, наприклад економічні фактори (рівень безробіття і доходів населення), політичні чинники (загальна політична обстановка в країні), правове середовище (розвиток законодавства в області підприємництва) і т.д . Все це сприяє тому, що прийняти дійсно правильне рішення буває іноді дуже складно.

Висування найбільш важливих завдань в області виробничої, цінової, збутової політики підприємства, визначення генеральних напрямів, підвищення його ділової активності з використанням сприятливих зовнішніх чинників і внутрішніх можливостей впливу на покупців (споживачів) і конкурентів складають суть стратегії маркетингу. Вона здійснюється через стратегічне проектування, що дозволяє привести у відповідність цілі і можливості підприємства по їх досягненню.

Процес стратегічного проектування складається з вироблення програми підприємства, формулювання його завдань і цілей, аналізу господарського портфеля і перспективного планування зростання організації.

Виявлені на основі аналізу цілі стратегічного розвитку в першу чергу відображають напрями діяльності щодо подолання слабких і зміцненню сильних конкурентних позицій підприємства. Оскільки складові стратегічного потенціалу безпосередньо пов'язані з усіма видами ресурсів підприємства, розширення того чи іншого ресурсу у взаємозв'язку з іншими дозволить реалізувати стратегічні цілі.

Таким чином, стратегія в організації відіграє дуже важливу роль, так як сприяє її зростанню і підтриманню конкурентоспроможності на ринку.

Місія салону краси "Класіко" - за допомогою сильної команди фахівців і використання професійних засобів в області естетики і медицини допомагати нашим клієнтам бути більш здоровими і красивими. Повне задоволення потреб клієнтів має дозволити компанії отримати оптимальний прибуток, а персоналу - гідне і справедливу винагороду.

Основне завдання салону, збільшити частку обсягу продажів на ринку до певного відсотка не знижуючи при цьому ціни.

Тому для залучення якнайбільшої кількості клієнтів в салон мети доводиться досягати кількома шляхами:

1. Через рекламу представляти більш привабливий образ послуги;
2. Підвищувати кваліфікацію майстрів;
3. Створювати нові пропозиції та послуги для клієнтів.

Тому салон краси "Класіко" реалізує стратегію диференціювання.

Стратегія Диференціювання дозволяє отримати конкурентну перевагу за рахунок виробництва унікальних товарів (послуг), таких, які не виробляють конкуренти.

Тому для досягнення конкурентних переваг салону краси "Класіко" необхідно впровадити нові послуги, які користувалися б попитом.

Так само салон краси "Класіко" реалізує стратегію впровадження нововведень. Організації, які дотримуються даної стратегії, зосереджують зусилля на пошуку принципово нових, ефективних технологій, проектуванні необхідних, але невідомих досі видів продукції, методів організації виробництва, прийомів стимулювання збуту.

В рамках обраних стратегій салон краси "Класіко" планує:

- заходи щодо вдосконалення структури управління
- розширення видів послуг
- реалізацію рекламних заходів

Річний економічний ефект від впровадження всіх заходів складе 355,2 тис. грн.

Запропонована стратегія є економічно вигідною.

Дисконтований період окупності складе 3 місяці, тобто три місяців необхідно для покриття стартових інвестицій за рахунок чистого дисконтованого грошового потоку, який генерує проект.

Середня норма рентабельності складе 799,15%, тобто середньорічні надходження від реалізації проекту перевищують стартові інвестиції в 799,15 рази.

Чистий приведений дохід, тобто дохід з урахуванням ставки дисконту, складе 158751,69 грн.

Індекс прибутковості складе 9,94, тобто кожна вкладена в проект гривня принесе 9,94 грн доходу.

З огляду на вищеперераховані показники, можна зробити висновок, що проект є ефективним та привабливим для інвестування.

Для беззбиткового функціонування підприємства необхідно реалізувати продукції на суму 180 000 грн в рік

АНОТАЦІЯ

Слюсар Марія Вячеславівна, «Економічне обґрунтування стратегії розвитку підприємства (на прикладі ПП «Класіко»)).».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за магістерською програмою «Економіка, планування та управління бізнесом», Одеський національний економічний університет. - м. Одеса, 2018 рік

У роботі розглядаються теоретичні аспекти щодо розробки стратегії розвитку в салоні краси "Класіко".

Проаналізовано процедуру вибору варіанта стратегії та його оцінку, загальну характеристику підприємства ПП «Класіко», фінансовий стан та стійкість підприємства.

Запропоновано заходи щодо вдосконалення структури управління, розширення видів послуг та реалізація рекламних заходів

Ключові слова: Стратегії розвитку, ефективність, салон краси, рекламні заходи, вдосконалення структури управління.

ANNOTATION

Sliusar Maria Vyacheslavivna, «Economic justification of the development strategy of the enterprise (on example " Classico ")».

Qualifying work on obtaining a masters degree in specialty 076 «Entrepreneurship, Trade and Stock Exchanges» under the program «Economics, Planning and Business Management»,

Odessa National Economic University -Odessa, 2018

The procedure of choosing a strategy variant and its estimation, general description of the enterprise "Clasik", financial condition and firm's stability are analyzed.

Proposed measures for improvement of the structure of management, expansion of types of services and implementation of promotional activities

Keywords: Development strategies, efficiency, beauty salon, advertising measures, improvement of management structure.