

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Навчально-науковий інститут економіки

Факультет менеджменту

Кафедра менеджменту

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
кваліфікаційної роботи ступеня бакалавра

студента Голомоза Микити Сергійовича

академічної групи 073-18-3

спеціальності 073 Менеджмент

на тему Формування стратегії розвитку монтажно-будівельної компанії (за матеріалами ТОВ «МБК Сінергія»)

Керівник кваліфікаційної роботи	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
	Усатенко О.В.			
Рецензент				
Нормоконтролер	Усатенко О.В.			

Дніпро
2022

ЗАТВЕРДЖЕНО:
завідувач кафедри менеджменту

_____ Швець В.Я.
(підпис)
« 02 » травня 2022 року

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеня бакалавра

студенту Голомозу М.С. академічної групи 073-18-3

спеціальності 073 Менеджмент

на тему Формування стратегії розвитку монтажно-будівельної компанії (за матеріалами ТОВ «МБК Сінергія»)

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від 25 травня 2022 р.
№ 284-с

Розділ	Зміст	Термін виконання
Теоретичний	Теоретичні основи формування стратегії розвитку виробничого підприємства	02.05.2022 р. – 12.05.2022 р.
Аналітичний	Аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «МБК «Сінергія» у сучасних умовах	13.05.2022 р. – 29.05.2022 р.
Рекомендаційний	Формування стратегії розвитку підприємства шляхом організації служби маркетингу	30.05.2022 р.– 09.06.2022 р.

Завдання видано _____ Усатенко О.В.
(підпис керівника)

Дата видачі « 02 » травня 2022 року

Дата подання до екзаменаційної комісії « 13 » червня 2022 року

Прийнято до виконання _____ Голомоз М.С.
(підпис студента)

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи бакалавра
студента групи 073-18-3
НТУ «Дніпровська політехніка»
Голомоза Микити Сергійовича

на тему: Формування стратегії розвитку монтажно-будівельної компанії (за матеріалами ТОВ «МБК Сінергія»)

КЛЮЧОВІ СЛОВА: РОЗВИТОК, СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ, СТРАТЕГІЯ, МАРКЕТИНГ

Структура роботи: 82 сторінок комп'ютерного тексту; 6 рисунків; 26 таблиць; 31 джерело посилання.

Об'єкт розроблення – процес формування стратегії розвитку монтажно-будівельної компанії.

Мета роботи – теоретичне обґрунтування та розробка практичних рекомендацій щодо формування стратегії розвитку монтажно-будівельної компанії.

Основні результати кваліфікаційної роботи бакалавра полягають у такому: з'ясовано теоретичні аспекти формування механізму управління розвитком підприємства; визначено особливості ресурсної складової стратегічного розвитку підприємства; розглянуто підходи до формування стратегій виживання; надано загальну характеристику діяльності ТОВ «МБК «Сінергія» у сучасних умовах; зроблено аналіз конкурентного оточення ТОВ «МБК «Сінергія»; оцінено показники техніко-економічного аналізу діяльності ТОВ «МБК «Сінергія»; оцінено фінансові показники діяльності ТОВ «МБК «Сінергія»; запропоновано організацію служби маркетингу на підприємстві; оцінено ефективність розробленої стратегії.

Методи дослідження – аналіз і синтез; логічне узагальнення; методи SWOT- та PEST-аналізу; порівняльний та статистичний аналіз; системно-структурний аналіз, інтегральний метод; метод експертних оцінок, метод оцінки ефективності проєктів; графічний метод.

Результати кваліфікаційної роботи бакалавра рекомендовано для використання на виробничих підприємствах, які спеціалізуються на монтажно-будівельних роботах.

Сфера застосування – при обґрунтуванні ефективності рішень при формуванні стратегії розвитку підприємства.

Економічна ефективність запропонованих заходів – Результати маркетингових спостережень свідчать, що завдяки впровадженню маркетингової стратегії та утворенню відділу маркетингу, у ТОВ «МБК «Сінергія» є можливість збільшити виручку від реалізації до величини 659294 тис. грн. за видами послуг за рахунок використання резервів діяльності. Використання наявних резервів та формування відділу маркетингу дозволить отримати збільшення виручки від реалізації на 34,75%.

Значимість роботи – організація служби маркетингу на підприємстві.

ABSTRACT

of qualification paper for the Bachelor's degree
by the student of the academic group 073-18-2
Dnipro University of Technology
Holomoz Mykyta

Title: Formation of the development strategy of the assembly and construction company (based on the materials of LLC "ABC Synergy")
DEVELOPMENT, STRATEGIC PLANNING, STRATEGY, MARKETING.

Structure: 82 printed pages; 6 figures; 26 tables; 31 references.

Object of development is the process of forming the development strategy of the assembly and construction company.

The aim of the paper – is theoretical substantiation and development of practical recommendations for the formation of the development strategy of the assembly and construction company.

The main findings of the qualification paper for the Bachelor's degree are as follows: theoretical justification and development of practical recommendations for the management of sales activities of industrial enterprises.

The main results of the bachelor's qualification work are as follows: the theoretical aspects of the formation of the mechanism of enterprise development management are clarified; the peculiarities of the resource component of the strategic development of the enterprise are determined; approaches to the formation of survival strategies are considered; the general characteristic of activity of LLC MBK "Synergy" in modern conditions is given; the analysis of the competitive environment of MBK "Synergy" is made; the indicators of technical and economic analysis of the activity of MBK "Synergy" were assessed; the financial performance of MBK Synergy LLC was assessed; the organization of marketing service at the enterprise is offered; the effectiveness of the developed strategy is evaluated.

Research methods - analysis and synthesis; logical generalization; methods of SWOT and PEST analysis; comparative and statistical analysis; system-structural analysis, integrated method; method of expert evaluations, method of evaluating the effectiveness of projects; graphic method.

The findings of the qualification paper for the Bachelor's degree are recommended for use in industrial enterprises that specialize in installation and construction work.

Application – in justifying the effectiveness of decisions in the formation of enterprise development strategy.

Financial viability of the proposed measures – The results of marketing observations show that due to the implementation of marketing strategy and the establishment of a marketing department, LLC MBK "Synergy" has the opportunity to increase sales revenue to 659294 thousand UAH. by types of services through the use of activity reserves. The use of available reserves and the formation of the marketing department will increase sales revenue by 34.75%.

The value of the research – the organization of marketing services at the enterprise.

ЗМІСТ

Вступ	4
1 Теоретичні основи формування стратегії розвитку виробничого підприємства	7
1.1 Формування механізму управління розвитком підприємства	7
1.2 Ресурсна складова стратегічного розвитку підприємства	15
1.3 Формування стратегій виживання	23
2 Аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «МБК «Сінергія» у сучасних умовах	28
2.1 Загальна характеристика діяльності ТОВ «МБК «Сінергія»	28
2.2 Аналіз конкурентного оточення ТОВ «МБК «Сінергія»	32
2.3 Техніко-економічний аналіз діяльності ТОВ «МБК «Сінергія»	42
2.4 Аналіз фінансових показників діяльності ТОВ «МБК «Сінергія»	51
3 Формування стратегії розвитку підприємства шляхом організації служби маркетингу	63
3.1 Організація служби маркетингу на підприємстві	63
3.2 Оцінка ефективності розробленої стратегії	70
Висновки	73
Перелік джерел посилання	79

ВСТУП

Актуальність теми. В умовах зростаючої конкуренції питання різностороннього дослідження факторів і принципів стратегічного розвитку підприємства як основної ланки економіки є надзвичайно актуальною. У зв'язку з цим особливе значення має детальне вивчення тем з теоретичної і практичної точки зору щодо управління розвитком суб'єкта господарювання, що здійснюється за допомогою принципів системно-стратегічного підходу. У сучасних умовах центром стратегічної поведінки суб'єкта господарювання постало створення потенціалу зміни, враховуючи його здатність гнучко реагувати на зміни зовнішнього і внутрішнього середовища. Однак часто підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства можуть спричинити не лише кардинальні зміни, які пов'язані з його реструктуризацією.

Будь-яке рішення, пов'язане з вибором напрямку розвитку, повинно прийматися з урахуванням фактичного і потенційного стану внутрішнього і зовнішнього середовища, довгострокових і короткострокових цілей, можливостей підприємства своєчасно гнучко реагувати відповідно до постійно змінних умов зовнішнього середовища. Варто зазначити, що крім посилення конкуренції за ресурси і прискорення змін зовнішнього середовища існує багато інших факторів значення системно-стратегічного підходу в управлінні розвитком підприємства. Наприклад, з'являються нові потреби споживачів, а також нові можливості для ведення підприємницької діяльності; підвищується доступність сучасних технологій; змінюються позиції споживачів; змінюється розуміння впливу людського капіталу.

Первісною формою розвитку міжрегіональних відносин є торгівельні операції, що трансформувались в створення як представництв і філій, так і виробничих структур, як кластеру алгоритму стратегічної асиміляції. У свою чергу, система глобалізаційних перетворень і розмитість економічних кордонів, де основним критерієм є економічна доцільність, визначає

можливість проникнення і шляхом входження підприємства як промислових одиниць в глобальну економіку, а регіональноорієнтовані операції здійснюються на основі угод з галузевими дистриб'юторами, що забезпечують дослідження ділової репутації торгівельних агентів; створення спеціалізованих представництв, а також правових форм організації суб'єктів фірмових представництв, філій і сервісних пунктів. Розвиток у міжрегіональному напрямку здійснюється в наступних організаційних формах: створення нового суб'єкта; придбання мажоритарної частки (міноритарної частки) участі в капіталі рівноорганізованої компанії; створення спільного підприємства; надання франшизи на розширення діяльності суб'єктів господарювання.

Мета кваліфікаційної роботи – теоретичне обґрунтування та розробка практичних рекомендацій щодо формування стратегії розвитку монтажно-будівельної компанії.

Поставлена мета потребує вирішення таких завдань:

- з'ясувати теоретичні аспекти формування механізму управління розвитком підприємства;
- визначити особливості ресурсної складової стратегічного розвитку підприємства;
- розглянути підходи до формування стратегій виживання;
- надати загальну характеристику діяльності ТОВ «МБК «Сінергія» у сучасних умовах;
- зробити аналіз конкурентного оточення ТОВ «МБК «Сінергія»;
- оцінити показники техніко-економічного аналізу діяльності ТОВ «МБК «Сінергія»;
- оцінити фінансові показники діяльності ТОВ «МБК «Сінергія»;
- запропонувати організацію служби маркетингу на підприємстві;
- оцінити ефективність розробленої стратегії.

Об'єктом розроблення в кваліфікаційній роботі є процес формування стратегії розвитку монтажно-будівельної компанії.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні підходи

до формування стратегії розвитку ТОВ «МБК «Сінергія».

Методи дослідження. В кваліфікаційній роботі використано такі методи дослідження, як аналіз і синтез; логічне узагальнення; методи SWOT-та PEST-аналізу; порівняльний та статистичний аналіз; системно-структурний аналіз, інтегральний метод; метод експертних оцінок, метод оцінки ефективності проєктів; графічний метод.

Практична значущість одержаних результатів полягає у формуванні стратегії розвитку, що передбачає організацію служби маркетингу у ТОВ «МБК «Сінергія». Створення маркетингової служби, яка буде враховувати особливості та специфіку надання послуг, призведе до змін в організаційній структурі підприємства. У цій структурі відділ маркетингу є підрозділом ТОВ «МБК «Сінергія». Робота відділу має будуватися на підставі цілей і завдань ТОВ «МБК «Сінергія» й організовуватися в тісній взаємодії з підрозділами підприємства. Організація служби маркетингу потребує витрат у розмірі 1207,5 тис. грн. Результати маркетингових спостережень свідчать, що завдяки впровадженню маркетингової стратегії та утворенню відділу маркетингу, у ТОВ «МБК «Сінергія» є можливість збільшити виручку від реалізації до величини 659294 тис. грн. за видами послуг за рахунок використання резервів діяльності. Використання наявних резервів та формування відділу маркетингу дозволить отримати збільшення виручки від реалізації на 34,75%.