

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Навчально-консультаційний центр
заочної освіти
Кафедра публічного управління та
менеджменту природоохоронної
діяльності

Кваліфікаційна робота бакалавра

на тему:

«Аналіз факторів внутрішнього та зовнішнього середовища
виробництва»

Виконав студент групи У- 51
спеціальності 073 «Менеджмент»
Абдуллаєв Заур Мустафа оглу

Керівник канд.екон.наук, ст.викладач
Козловцева Валентина Анатоліївна

Рецензент канд. юрид. наук, доцент
Швидченко Ірина Георгіївна

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет навчально-консультаційний центр заочної освіти
Кафедра Публічного управління та менеджменту природоохоронної діяльності
Рівень вищої освіти бакалавр
Спеціальність 073 Менеджмент
(шифр і назва)
Освітня програма Менеджмент
(назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

Павленко О.П.

“ 19 ” квітня 2021 року

З А В Д А Н Н Я
НА БАКАЛАВРСЬКУ КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Абдуллаєву Зауру Мустафі оглу

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Аналіз факторів внутрішнього та зовнішнього середовища виробництва»

Керівник роботи: Козловцева Валентина Анатоліївна, к.е.н., ст.викл. КМПД

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від “ ” квітня 2021 року № -С

2. Строк подання студентом роботи: червня 2021 року

3. Вихідні дані до роботи: матеріали наукових та періодичних видань, статті фахових збірників наукових робіт, матеріали сайтів мережі Інтернет, практичний досвід вітчизняного бізнесу з питань розробки та реалізації аналізу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища виробництв.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки:

1. Теоретичні засади стратегії розвитку для об'єкту дослідження з урахуванням виявлених факторів впливу зовнішнього і внутрішнього середовища.

2. Класифікація факторів середовища, представлені теоретичні аспекти та принципи аналізу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища підприємств і організацій.

3. Проведено аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища компанії «Причорноморський центр водних ресурсів», аналіз дозволив узагальнити чинники впливу і позначити основні напрямки розробки стратегії для даного підприємства.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

1. Стратегічний аналіз компанії, показники основних чинників впливу середовища, сформування стратегії компанії, факторів впливу.

2. Сильні та слабкі сторони, можливості та загрози компанії «Причорноморський центр водних ресурсів», а й також оцінка конкурентоспроможності самої компанії, її товарів / робіт.

3.Аналіз внутрішнього середовища компанії, досліджування матеріально-технічними, оборотними і трудовими ресурсами.

4.Високий рівень конкурентоспроможності в порівнянні зі своїми прямими конкурентами.

5.Вдосконалення внутрішнього середовища підприємства і зниження ризиків, пов'язаних з негативним впливом чинників зовнішнього середовища.

6.Запропонувати заходи щодо вдосконалення внутрішнього середовища підприємства за рахунок вдосконалення якості обслуговування.

7.Значення рентабельності мають позитивне значення, виручка підприємства збільшується більш ніж на 60%.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання 19 квітня 2021 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів дипломної роботи	Термін виконання етапів роботи	Оцінка виконання етапу	
			у %	за 4-х бальною шкалою
1.	Робота з літературними джерелами	19.04-24.04.21	74	добре
2.	Робота на розділом 1 «Теоретичні основи аналізу зовнішнього і внутрішнього середовища»	25.04-07.05.21	74	добре
3.	Робота над розділом 2 «Аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища компанії Центр водних технологій «Босфор»	08.05-19.05.21	74	добре
4.	Рубіжна атестація	11.05-15.05.21	74	добре
5.	Робота над розділом 3 «Розробка стратегії розвитку компанії Центр водних технологій «Босфор»	20.05-03.06.21	74	добре
6.	Оформлення роботи	04.06-06.06.21	74	добре
7.	Здача роботи на кафедру (п.4.1)	07.06.21		
8.	Перевірка на плагіат			
	<u>Інтегральна оцінка виконання етапів календарного плану (як середня по етапам)</u>		74	добре

Студент _____ Абдуллаєв З. М.оглу
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ Козловцева В.А.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ АНАЛІЗУ ЗОВНІШНЬОГО І ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА	Error! Bookmark not defined.
1.1 Об'єкти і суб'єкти зовнішнього та внутрішнього середовища	Error! Bookmark not defined.
1.2 Методики проведення аналізу та оцінки зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства	Error! Bookmark not defined.
2 АНАЛІЗ ВНУТРІШНЬОГО І ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ЦВТ «БОСФОР»	Error! Bookmark not defined.
2.1. Організаційно-економічна характеристика ЦВТ «БОСФОР»	Error! Bookmark not defined.
2.2 Аналіз внутрішнього середовища підприємства	Error! Bookmark not defined.
2.3 Аналіз зовнішнього середовища підприємства	Error! Bookmark not defined.
3 РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ЦВТ «БОСФОР»	Error! Bookmark not defined.
3.1 Аналіз фінансового стану та оцінка основної діяльності ЦВТ «Босфор»	Error! Bookmark not defined.
3.2 Визначення заходів щодо вдосконалення внутрішнього середовища підприємства і зниження ризиків, пов'язаних із зовнішнім середовищем	Error! Bookmark not defined.
3.3 Формування стратегії розвитку ЦВТ «Босфор»	Error! Bookmark not defined.
ВИСНОВКИ	8
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	10

ВСТУП

Актуальність теми даної дипломної роботи обґрунтовується тим, що будь-яка компанія знаходиться і функціонує в середовищі. Діяльність усіх без винятку компаній можлива тільки в тому випадку, якщо середовище допускає здійснення такої діяльності. У зв'язку, з чим компанії, розробляючи свою стратегію або плануючи стратегічні зміни, зобов'язані аналізувати і враховувати стан і вплив середовища, що ще більш необхідно в умовах макроекономічних кризових ситуацій, коли зовнішнє середовище надає найбільш істотний вплив на діяльність підприємств і організацій будь-якої сфери і будь-якої форми власності.

Середу будь-якої компанії прийнято розглядати, як що складається з трьох сфер:

1. Макросередовище – це зовнішнє середовище компанії, яка впливає на стан ринку (в макросереду включається широкий спектр соціально-політичних і економічних чинників), проте сама компанія не може впливати на фактори макросередовища;

2. Мікросередовище – це також зовнішнє середовище компанії, представлена суб'єктами, з якими компанія взаємодіє (постачальники, покупці, партнери, конкуренти, органи державного управління). На відміну від макросередовища, на мікросередовище компанія може надавати певний вплив (ступінь впливу залежить від положення компанії на ринку);

3. Внутрішнє середовище компанії – це потенціал, за рахунок якого компанія функціонує на ринку.

Таким чином, стає очевидним, що будь-яка компанія, плануючи і здійснюючи стратегічні зміни, або розробляючи стратегію свого розвитку повинна бути адаптована до макросередовищу, враховувати у своїх планах можливі зміни в макросередовищу, в свою чергу мікросередовище і внутрішнє середовище компанії повинна бути піддана ретельному аналізу,

мета якого показати зовнішні і внутрішні можливості компанії, а також визначити слабкі сторони та можливі загрози, яким будуть протиставлені сильні сторони компанії.

Виходячи з усього вищесказаного, формулюється наступна мета даної дипломної роботи: провести стратегічний аналіз компанії, показати основні чинники впливу середовища, сформулювати стратегію компанії, адекватну факторів впливу.

Згідно заявленої мети, поставлені і вирішені наступні завдання:

- проаналізувати та визначити основні суб'єкти та об'єкти зовнішнього і внутрішнього середовища компанії, необхідні для стратегічного аналізу;
- представити концепцію методик стратегічного аналізу, обґрунтовано їх використання в рамках даної дипломної роботи;
- дати організаційно-економічну характеристику та стратегічний аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища компанії, що є об'єктом дослідження в даній дипломній роботі. Крім цього в роботі представлений аналіз конкурентів компанії.

Всі висновки, отримані в ході проведеного дослідження, проаналізовані та узагальнені, визначені основні напрями вдосконалення внутрішнього середовища компанії, сформована стратегія розвитку компанії.

Об'єктом дослідження в даній роботі є центр водних технологій « Босфор», який здійснює свою діяльність в сфері проектування та інжинірингу систем очищення водопостачання.

Предметом дослідження в даній дипломній роботі є сутність впливу факторів середовища на стратегічні зміни, які планується провести в діяльності компанії.

Теоретичну і методологічну базу дослідження склали науково-практичні публікації російських і зарубіжних фахівців в області стратегічного аналізу. Особливу увагу було звернуто на публікації висвітлюють вдосконалення стратегічного управління з метою підвищення

загальної ефективності, прибутковості і прибутковості підприємств і організацій. Потрібно відзначити, що останнім часом і особливо з посиленням кризових тенденцій потреба компаній в стратегічному аналізі, плануванні та управлінні значно зросла. Пов'язано це в першу чергу з тим, що оперативне (ситуаційне) управління стає неефективним, більш того, оперативне (ситуаційне) управління має короткостроковий горизонт планування, проте посилення турбулентності ринку і пов'язане з цим посилення конкуренції, вимагають довгострокового прогнозування, моделювання, планування розвитку компанії. Таким чином, аналіз факторів внутрішнього і зовнішнього середовища, який є основною програмою дій, яка дає можливість виявити сильні і слабкі сторони компанії, врахувати можливості і загрози, побудувати матрицю стратегічного розвитку, на підставі якої надалі моделюється розвиток і зростання компанії в зовнішньому середовищі.

У роботі використана офіційна фінансова звітність компанії ЦВТ «Босфор» за 2017 – 2019 рр.

Наукова значимість даної дипломної роботи полягає в уточненні понятійного методологічного апарату стратегічного аналізу внутрішнього і зовнішнього середовища підприємств і організацій.

Практична значимість даної дипломної роботи полягає в розробці вдосконалення внутрішнього середовища компанії і формуванні стратегії для компанії ЦВТ «Босфор», яка буде найбільш адекватна факторів впливу внутрішнього і зовнішнього середовища компанії.

ВИСНОВКИ

Представлена дипломна робота розкриває тему впливу факторів внутрішнього і зовнішнього середовища на діяльність підприємств і організацій. У теоретичній частині даної дипломної роботи викладені основні методологічні питання, що стосуються класифікації середовища і методики стратегічного аналізу факторів впливу середовища.

На підставі вивченого теоретичного матеріалу, аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища компанії, яка є об'єктом дослідження в даній дипломній роботі, доцільно побудувати на методиці SWOT-аналізу, а також на методиці аналізу життєвого циклу, як самої компанії, так і на методиці життєвого циклу товарів / робіт / послуг, реалізованих компанією.

Проведений аналіз навчальної та управлінської літератури дозволив сформулювати базову методику дослідження внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства ЦВТ «Босфор», що є об'єктом дослідження в даній дипломній роботі. Запропонована методика дослідження для аналітичної частини даної дипломної роботи дозволяє не тільки виявити сильні / слабкі сторони і можливості / загрози компанії ЦВТ «Босфор», а й також оцінити конкурентоспроможність самої компанії, її товарів / робіт / послуг.

У підприємства найбільш сильні позиції в приватному секторі, в корпоративному секторі позиції підприємства критично слабкі з тенденцією до подальшого зниження. Тому життєвий цикл в приватному секторі може бути охарактеризований як прискорене зростання, в корпоративному секторі як спад і загасання.

Досліджуване підприємство має більш високим рівнем конкурентоспроможності в порівнянні зі своїми прямими конкурентами, однак свої конкурентні переваги в повній мірі не використовує, тому що немає чіткого позиціонування в сегментах.

Проведена оцінка розвитку підприємства у зовнішньому середовищі на підставі SWOT-аналізу дозволила зробити висновок, що для досліджуваного підприємства найбільш ефективною буде стратегія позиціонування з посиленням в корпоративному секторі.

Далі практичної частини дипломної роботи на підставі вище проведеного аналізу факторів впливу зовнішнього і внутрішнього середовища, а також на підставі аналізу фінансового стану досліджуваного підприємства, викладені основні заходи щодо вдосконалення внутрішнього середовища підприємства і по зниженню ризиків, пов'язаних з негативним впливом чинників зовнішнього середовища.

У роботі були сформовані заходи щодо вдосконалення внутрішнього середовища підприємства за рахунок вдосконалення якості обслуговування корпоративних клієнтів, і перекладу неосновних видів діяльності в основні види діяльності, розрахований можливий приріст виручки і витрат підприємства, проаналізована стратегічна модель прибутку до і після впровадження змін.

За рахунок пропонованих заходів підприємство має потенційну можливість збільшити рівень виручки на 60,6%, збільшити рівень рентабельності продажів на 315,4%, збільшити рентабельність прибутку до оподаткування з -1,53% до 17,02%, збільшити рентабельність чистого прибутку на 365 %

Таким чином, можна резюмувати, що мета роботи досягнута, завдання, поставлені при викладі роботи, вирішені.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про Програму захисту прав споживачів на 2003 – 2005 роки: Указ Президента України від 11.12.2002р. № 1148 / 2002.Офіційний вісник України. 27.12.2002. № 50.
2. Про заходи щодо посилення державного захисту прав споживачів: Указ Президента України від 12.01.2002р. № 16/2002. Офіційний вісник України. 01.02.2002.
3. Про утворення Міжвідомчої ради з питань захисту прав споживачів: Постанова Кабінету Міністрів України від 13.03.2002 № 317. Офіційний вісник України. 5.04.2002. № 12.
4. Про затвердження Положення про внесення інформації щодо фінансових компаній до Державного реєстру фінансових установ та встановлення вимог до облікової та реєструючої системи фінансових компаній: Розпорядження Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України №152 від 29.12.2003 г. №1252 / 8573. НАУ-Online Українська Інвестиційна Газета. 10.02.2004.
5. Блайт Дж. Основи маркетингу: підручник. К.: Знання Пресс, 2003.
6. Гаркавенко С.С. Маркетинг: підручник. Київ: Лібра, 2002.
7. Котлер Ф., Армсторнг Г., Сондерс Дж. та ін. Основи маркетингу: підручник. М.; СПб. К.: Видавничий дім «Вільямс», 2001.
8. Кочкіна Н., Румянцева А. Мотивація споживачів страхових послуг як чинник ефективності їх просування. Маркетинг в Україні. 2010. № 6.
9. Лайсонс К., Джіллінгем М. Управління закупівельною діяльністю і ланцюгом поставок. М : Инфра-му, 2005.
10. Маслова Т.Д., Божук С.Г., Ковалик Л.Н. Маркетинг: підручник. СПб: Питер, 2001.
11. Окунева О. Сегментація працівників як внутрішніх клієнтів підприємства. Маркетинг в Україні. 2010. № 2.

12. Руделиус В., Азарян О.М., Виноградов О.А. та ін. Маркетинг: підручник. К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2005.
13. Старостіна А., Журило В. Особливості мотивації та ринкової поведінки українських споживачів високотехнологічних товарів. Маркетинг в Україні. 2010. № 5.
14. Осауленка О.Г. Статистичний щорічник України за 2009 рік. Державний комітет статистики. К.: ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2009.
15. Сухов В.Д., Сухов С.В., Москвичов Ю.А. Основи менеджменту: практикум. М.: Видавничий центр «Академія», 2006.
16. Покропивного С.Ф. Економіка підприємства: Підручник. Вип. 2. Т.1 К: Вид-во «Хвиля-Прес», Донецьк: Мале підприємництво «Пошук». Т-во книголюбів, 1995.
17. Язвінська Н., Овчиннікова А. Аутсорсинг на ринку маркетингових послуг: „за” і „проти” залучення зовнішніх підрядників. Маркетинг в Україні. 2011. № 1.
18. Конституція України. URL: zakon1.rada.gov.ua.
19. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11.01.2001 №2210-III. URL: zakon1.rada.gov.ua.
20. Про захист від недобросовісної конкуренції: Закон України від 07.06.1996 №236/96–ВР. URL: zakon1.rada.gov.ua.
21. Про антимонопольний комітет України: Закон України від 26.11.1993 №3659-XII. URL: zakon1.rada.gov.ua.
22. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 №1023-XII. URL: zakon1.rada.gov.ua.
23. Про стандартизацію і сертифікацію: Закон України від 10.05.1993 №46-93. URL: zakon1.rada.gov.ua.
24. Статут ЦВТ «Босфор»- М.: Машинопис, 2016