

Міністерство освіти і науки України
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Менеджменту, маркетингу та публічного адміністрування
Кафедра менеджменту і логістики



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему: Розробка перспектив розвитку малого бізнесу
ШИФР КРБ. МП.1.111-03.1.41

Здобувач Олександра БАСУН

Керівник к.е.н., доц. Марія ПАНЧЕНКО

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від 17.05.2023 р., протокол № 15

Завідувач

кафедри менеджменту і логістики _____ Ірина СЕДІКОВА

(підпис)

Одеса – 2023 р.

АНОТАЦІЯ

Актуальність теми обумовлена тим, що збільшення і розвиток малих форм ведення бізнесу можуть стати ключем до поліпшення економіки країни.

У першому розділі «**Теоретичні основи розвитку малого бізнесу**» розглянуто теоретичні основи розвитку малого бізнесу, визначено особливості розвитку малого підприємництва, його стратегії та концепції.

У другому розділі «**Аналіз напрямків роботи ПП «Хаджибей-2005»**» проведено комплексний аналіз фінансово-економічної діяльності досліджуваного підприємства та аналіз конкурентного середовища.

У третьому розділі «**Рекомендаційні заходи щодо перспектив розвитку ПП «Хаджибей-2005»**» розроблено програму та алгоритм розвитку ПП «Хаджибей-2005», а також виявлені проблеми, що досі заважали підприємству, та запропоновано способи їх подолання.

Кваліфікаційна робота бакалавра містить 70 сторінок, 20 таблиць, 8 рисунків. Перелік посилань нараховує 29 найменування.

Ключові слова: мале підприємництво, функції малого підприємства, стратегія розвитку, чинники розвитку, концепція, перспективи розвитку підприємства.

SUMMARY

The first section "Theoretical foundations of small business development", the theoretical foundations of small business development are considered, the features of small business development, its strategies and concepts are defined.

The second section "Analysis of the areas of work of PE "Khadzhibey-2005"" a comprehensive analysis of the financial and economic activity of the enterprise under study and an analysis of the competitive environment was carried out.

The third section "Recommended measures regarding the prospects of the development of the Khadzhibey-2005 PE" the program and algorithm for the development of the Khadzhibey-2005 PE were developed, as well as the problems that have hindered the enterprise until now and suggested ways to overcome them.

The bachelor's thesis contains 70 pages, 20 tables, 8 figures. The list of references includes 29 names.

Key words: small business, functions of a small business, development strategy, development factors, concept, business development prospects.

ЗМІСТ

	с.
ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ	10
1.1 Малий бізнес як економічна категорія	10
1.2 Стратегії та проблеми розвитку малого бізнесу	17
Висновки до розділу 1.....	30
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ НАПРЯМКІВ РОЗВИТКУ ПП «ХАДЖИБЕЙ-2005»	31
2.1 Аналіз ринку	31
2.2 Аналіз діяльності підприємства ПП «Хаджибей-2005»	35
2.2 Аналіз конкурентоспроможності підприємства	40
Висновки до розділу 2.....	52
РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЙНІ ЗАХОДИ ЩОДО ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ПП «ХАДЖИБЕЙ-2005»	53
3.1 Опис проекту з перспектив розвитку ПП «Хаджибей-2005»	53
3.2 Обґрунтування економічної доцільності проекту	60
Висновки до розділу 3.....	66
ВИСНОВКИ	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	70

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасний стан економіки України вказує на те, що вона зазнала значних втрат у вигляді скорочення суб'єктів господарювання. Найбільших втрат зазнав сегмент саме малого підприємництва. Це пов'язано з його вразливістю, недостатньою підтримкою з боку державних органів, кризовим станом вітчизняної економіки, наявністю корупції, відсутністю зв'язку між підприємствами та владою тощо.

В розвинених країнах малий бізнес є ланкою, на якій тримається стабільність економічних процесів, та сектором, що приносить більше 50% в обсяг ВВП. Кількість зайнятих в цій сфері досягає 50%-75% загальної кількості зайнятих. Саме представники малого підприємництва здатні створити найкращі умови для розвитку. Вони спроможні виконувати специфічні економіко-соціальні функції, що полягають у створенні додаткових робочих місць, подолання монополізації, формуванні конкурентного середовища, активізації попиту, розвитку людського капіталу, впровадженні ділової культури, спонуканні до інноваційної діяльності, розширенні товарного асортименту тощо. Тому можна з впевненістю говорити про те, що збільшення і розвиток малих форм ведення бізнесу можуть стати ключем до поліпшення економіки країни. Цей процес стане не тільки аспектом внутрішнього розвитку, а й допоможе підняти конкурентоздатність України на зовнішніх ринках.

У наш час, існує безліч способів для того, аби підвищити потенціал малих підприємств та домогтися їх розвитку. Щоб подолати кризові ситуації та вийти на нову сходинку розвитку, організації та їх керівники мають обрати напрямок та розробити індивідуальну схему, згідно якої буде відбуватися їх перетворення. В цій справі на допомогу спеціалістам приходять стратегії та концепції. Їх вибір буде залежати від навколишньої ситуації, наявності великої кількості конкурентів, ситуації на ринку, потенціалу для розвитку та

інше. Для влучної розробки плану дій, керівники та менеджери повинні мати достатню кваліфікацію, досвіт та підприємницьку інтуїцію. Також, важливо не боятись зазнати поразки чи бути висміяним. Інколи абсурдні ідеї дають величезний результат, що може бути виражений у прибутку, визнанні та лідерстві.

Сутність дослідження проблеми. Вивченню різних питань диверсифікаційних процесів присвячено багато робіт відомих іноземних вчених, серед яких Ф. Котлер, І. Ансофф, А. А. Томпсон, Д. Гембл, А. Дж. Стрикленд, М. Портер. Окрім зарубіжних діячів розробкою теми займалися і українські вчені, такі як Н. В. Куденко, М. О. Багорка, Є. І. Богуславський, О. О. Цогла, М. О. Ромашко, О.М. Ковінько та інші спеціалісти.

Мета та завдання дослідження. Метою роботи є пошук та розробка напрямків розвитку для приватного підприємства «Хаджибей-2005», що існує у формі малого підприємства та функціонує на території Одеси. Воно було обрано не випадково. На сьогоднішній день ця організація має не тільки великий потенціал, але, нажаль, і ряд проблем, подолавши які вона змогла б вийти на новий рівень та розвинути свою діяльність.

Для досягнення поставленої мети були сформульовані та вирішені такі завдання:

- визначити поняття «мале підприємництво»;
- визначити особливості розвитку малого підприємництва та стратегії, що спрямовують на це свою дію;
- визначити сучасні проблеми, з якими стикається малий бізнес;
- провести аналіз економічних, технічних та фінансових показників обраного підприємства;
- визначити бар'єри на шляху до ефективного розвитку ПП «Хаджибей-2005»;
- здійснити пошук напрямків розвитку для підприємства ПП «Хаджибей-2005», беручи до уваги наявну інформацію про його стан, ситуацію на ринку та в галузі;

розробити алгоритм дій, що спроможні підштовхнути підприємство до подолання перешкод на шляху до розвитку та у досягненні мети.

Інформація, що була отримана після виконання поставлених завдань надала можливість розробити план дій, що допоможе підприємству йти вдалим шляхом до розвитку та стати прикладом для аналогічних підприємств, які знаходяться у подібному стані. Адже розвиток малого підприємництва допоможе країні встати на ноги та довести всьому світу, що нездоланих ситуацій не буває.

Об'єктом дослідження виступає ПП «Хаджибей-2005».

Предметом дослідження є пошук, аналіз та організація напрямків розвитку ПП «Хаджибей-2005».

Методи дослідження. В основу дослідження покладені такі методи: системний аналіз підприємства, проведений на основі наданих матеріалів фінансового характеру; метод емпіричного аналізу – порівняння. Його використання полягало в порівнянні закордонного визначення малого бізнесу з вітчизняним; ситуаційний підхід та метод експертних оцінок; аналіз, що надав змогу поділити ціле на окремі показники. Це значно спростило процес отримання результатів.

Інформаційно-нормативною базою дослідження склали правові та нормативні документи, матеріали та звіти державних органів та статистичні дані, методичні та інструктивні матеріали з питань економіки, менеджменту та маркетингу, наукові праці вітчизняних та зарубіжних економістів наукова та періодична преса, результати монографій і маркетингових досліджень в галузі диверсифікації та конкурентних переваг. В якості бази дослідження використовувалися статистичні матеріали господарюючих суб'єктів України.

Практичне значення одержаних результатів. Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості впровадження його результатів на конкретному підприємстві ПП «Хаджибей-2005» для покращення його конкурентних позицій, а також у використанні роботи як основи для розробки напрямків розвитку малого підприємства.

ВИСНОВКИ

Бажаною метою кожної країни є процвітання національної економіки, її постійний та неупинний розвиток, відсутність кризових ситуацій та повне задоволення населення. Нажаль, на сьогоднішній день, в економіці України спостерігається ряд проблем, які заважають країні розвиватися на повну силу для ефективного та відчутного результату. У подоланні цих негативних ситуацій в змозі допомогти створення та накопичення малих підприємств.

Мале підприємництво вже багато років є провідною ланкою господарювання у розвинених країнах. На їх захисті стоять закони, влада та громадськість. Це спричинено тим, що малі підприємства ладні виконувати ряд функцій, що сприяють розвитку економіки та піднімають конкурентоздатність країни на просторах світової економіки.

Також важливо зазначити, що градація малих підприємств у кожній країні різниться. Так наприклад, в Україні малими є підприємства, що зареєстровані фізичними чи юридичними особами у встановленому законом порядку та отримують річний дохід у розмірі 10 млн. євро в гривневому еквіваленті, розрахованому за курсом Національного банку України. Середньорічний обсяг працюючих на таких підприємствах не повинен перевищувати 50 осіб. Порівнюючи ці данні з, наприклад, Японією можна побачити, що в цій країні малі підприємства поділяються не тільки за чисельністю працюючих, об'ємом прибутку, але й беруть до уваги галузеву належність.

Створення та спонукання більшої кількості малих форм ведення бізнесу допомогло б економіці країни створити позитивні умови до збільшення робочих місць, скорочення безробіття, анти монополізації, активізації інноваційного розвитку, сприяння впровадженню ділової культури тощо. Всі ці наслідки зможуть підняти економіку на новий рівень

та дозволить країні вийти на світовий економічний простір, що на сьогоднішній день не є можливим.

Але лише саме створення більшої кількості малих підприємств не дасть на стільки ефективних та швидких результаті без розвитку безпосередньо цих організацій. Розвиток підприємства є важливим фактором для ведення бізнесу. Багато організацій не проіснували після створення і року, не кажучи про досягнення етапу розвитку. Це спричинено тим, що існує багато бар'єрів, які цьому заважають, а саме: корупція владних органів, наявність величезної кількості проміжних ланок між створенням організації та її існуванням, бюрократизація різноманітних інстанцій, тривалий процес реєстрації, недосконалість податкового, бухгалтерського та інших законодавств тощо. Тим самим, підприємці відкладають створення власного бізнесу до найкращих часів. Такі самі проблеми торкаються і вже існуючих та функціонуючих підприємств, що заважає їх розвитку. Але існує також ряд причин, що виникають безпосередньо на самому підприємстві, які уповільнюють не тільки ділову активність організації, а й її розвиток.

У дипломному проекті було проаналізовано стан приватного підприємства «Хаджибей-2005» та виявлено вузькі місця, що не давали йому шанс на покращення та підняття на нові висоти. Цією проблемою стало уповільнення збутової діяльності на фоні не досконалої виробничої та маркетингової діяльності.

ПП «Хаджибей 2005» є відносно молодою компанією, але вона досить швидко розвивається.

За результатами проведених розрахунків узагальнюючого показника конкурентоспроможності підприємства можна виділити такі групи хлібопекарських підприємств Одеської області:

- підприємства з високим рівнем конкурентоспроможності ($K_p > 1,2$) – ТОВ «Одеський коровай»;

- підприємства з середнім рівнем конкурентоспроможності ($0,8 < K_p < 1,2$) – ТОВ «Нове діло», ПП «Хаджибей 2005»;

- підприємства з низьким рівнем конкурентоспроможності ($K_p < 0,8$) – ТОВ «Дунай-коровай».

Таким чином, ПП «Хаджибей-2005» було запропоновано провести перелік заходів, а саме:

- підвищення якості;
- активізація рекламної діяльності в засобах масової інформації;
- розширення асортименту продукції і покращення та оптимізація ринку збуту.

Це дозволить підприємству зміцнити свої конкурентні позиції, підвищити свою конкурентоспроможність, тим самим забезпечивши собі нових клієнтів та розширення частки на ринку продукції в Україні.

Поліпшення якості продукції, буде здійснюватися у декілька етапів, основні з яких є закупка нового обладнання, модернізація наявного та його уніфікація. Також, планується проводити підвищення кваліфікації, для збільшення компетентності кадрового персоналу.

Основним завданням розширення ринку збуту виступає введення на ринок нового товару.

Це дозволить підприємству зміцнити свої конкурентні позиції, підвищити свою конкурентоспроможність, тим самим забезпечивши собі нових клієнтів та розширення частки на ринку продукції в Україні.

З проведених розрахунків показників привабливості інвестиційного проекту виходить, що ЧПД позитивний, ІД складає 1,55 (більший за одиницю), ТО 1,93 роки (набагато менший за строк реалізації). Це означає, що в результаті реалізації даних заходів доходність ПП «Хаджибей-2005» підвищиться.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні»: офіц. текст прийнятий Верх. Радою України 22 березня 2012 р.//Відомості Верховної Ради України – 2012. – № 4618 – VI.
2. Васильців Т.Г.Економіка малого підприємства: навч. посіб. / Т. Г. Васильців, О. І. Іляш, Н. Г. Міценко; за ред. д-ра екон. наук Т. Г. Васильціва. – К.: Знання, 2013. – 446 с.
3. Жаліло Я.А. Малий і середній бізнес у пошуках місця в стратегії економічного зростання в Україні [Електронний ресурс] / Я.А. Жаліло// Безпека економічних трансформацій: зб. наук. статей / Електрон. дані. – К.: Альтерпрес, 2012. – №1. – 118с. – Режим доступу: http://probleconomy.kpi.ua/pdf/2008_3.pdf
4. Державна служба статистики України. Статистична інформація: показники структурної статистики по суб'єктах господарювання з розподілом їх за розміром [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Скібіцький О.М. Організація бізнесу. Менеджмент підприємницької діяльності: навч. посіб. /О. М. Скібіцький, В. В Матвеев., Л. І. Скібіцька; за ред. Л. І. Скібіцької – К.: Кондор, 2017. – 912 с.
6. Іванілов О. С. Економіка підприємства: підруч. 2-ге вид. /О.С. Іванілов – К.: Центр учбової літератури, 2018. – 728 с
7. Хаустова К. М. Стратегічні аспекти розвитку підприємств малого бізнесу в регіоні [Електронний ресурс] / К. М. Хаустова, М. М. Антощук // Молодий вчений: зб. наук. статей / Електронні дані. – Х. 2016. – № 6. - С. 131-135. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_6_35
8. Рульєв В. А. Менеджмент: навч. посіб / В. А Рульєв, С. О. Гуткевич. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 312 с.

9. Лігонено Л. О. Економіка торгівельного підприємства: конс. лекцій / О. Л. Лігоненко, А. М. Носуліч, Н. М. Новікова. – К.: КНТЕУ, 2013. – 198 с.
10. Горелов Д. О. Стратегія підприємства: навч.-метод. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / Д.О. Горелов, С.Ф. Большенко. – Х.: Вид-во ХНАДУ, 2013. – 156 с.
11. Бровкова О. Г. Стратегічне управління: конс.лекцій [для студ. вищ. навч. закл.] /О.Г. Бровкова – О.:ОНПУ, 2016. – 70 с.
12. Віханський О. С. Менеджмент: підруч. / О. С. Віханський, А. І. Наумов. – 6-е доп. вид. – М.: Магістр, 2015. – 656 с.
13. Гаврилюк Г. Є. Сучасний стан і проблеми розвитку малого підприємництва в Україні [Електронний ресурс] / Г. Є. Гаврилюк, Н. О. Одрибец // Вісник Львівської комерційної академії: Серія економічна./ Електронні дані. – Л.,2015. – №48. – С. 17-21. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlca_ekon_2015_48_5
14. Падерін І. Д. Механізм стратегічного управління ефективністю підприємств малого та середнього бізнесу регіону [Електронний ресурс] / І. Д. Падерін, Є. Е. Новак // Вісник економічної науки України: наук. жур./ Електронні дані – Д.,2016. – № 1. – С. 106-109. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Venu_2016_1_18
15. Кравченко О. А. Формування основних пріоритетів державної підтримки малого бізнесу в Україні [Електронний ресурс] / О. А. Кравченко, Р. А. Португальська // Праці одеського політехнічного університету: зб наук. статей / Електронні дані – О.,2011. – №1. – С. 233-238. – Режим доступу: <http://pratsi.opu.ua/app/webroot/articles/1312124599.pdf>
16. Кравченко О.А. Сучасні напрямки розвитку малого підприємництва в Україні / О.А. Кравченко, О.С. Чичкан // Актуальні проблеми теорії і практики менеджменту: Матер. VI Міжнар. Інтернет-конф. (Одеській національний політехнічний ун-т, м. Одеса, 21-22 травня 2017 р.). – Одеса: ОНПУ, 2017.

17. Болтянська Л. О. Економіка підприємства: навч. посіб. / Л. О. Болтянська, Л. О. Андреева, О. І. Лисак. – Х.: ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. – 667 с.
18. Аналіз господарської діяльності [текст] навчальний посібник з грифом МОНМСУ / [за заг. ред. І.В. Сіменко, Т.Д. Косової]. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 384с.
19. Белова Т.Г. Стратегічний маркетинг : конс. лекцій. / Т.Г. Белова – К.: НУХТ, 2013. – 127 с.
20. Кравченко О.А. Економічна концепція підвищення ефективності діяльності виробничих підприємств / О.А. Кравченко, Х.С. Бевзенко, Є.М. Бут // Економіка: реалії часу. – 2015. – № 5 (21). – С. 70 – 77.
21. Бутко М. П. Теорія прийняття рішень: підруч. / М. П. Бутко, І. М. Бутко, В. П. Мащенко та ін. – К. : «Центр учбової літератури», 2015. – 360 с.
22. Агенція Промислових Новин [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrfood.com.ua/>
23. УкрПром. Каталог промислових підприємств [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukr-prom.com/>
24. Бондар Н. М. Сучасні тенденції розвитку підприємств [Електронний ресурс] // Консалтингова компанія: Бізнес-Консультант. – К. 2013. – Режим доступу: <http://business-consultant.com.ua/publicaciiub101.html>
25. Кравченко О.А. Забезпечення результативності і ефективності виробничої діяльності підприємства [Електронний ресурс] / О. А. Кравченко, В. В. Ільницький, О. І. Ульяновський // Економіка: реалії часу. – 2013. – № 3. – С. 29-35. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrch_2013_3_7
26. Кравченко О.А. Удосконалення алгоритму розробки стратегії розвитку підприємств / О.А.Кравченко, О.В. Швачко // Актуальні проблеми теорії і практики менеджменту: Матер. VI Міжнар.Інтернет-конф. (Одеській національний політехнічний ун-т, м. Одеса, 21-22 травня 2017 р.). – Одеса:ОНПУ, 2017.
27. Бутенко А.І. Зміцнення потенціалу малого підприємництва у забезпеченні сталого розвитку Українського Причорномор'я: Монографія.

[Електронний ресурс] / А.І Бутенко, Шлафман Н.Л., Лазарева Є.В. та інші. – Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2014. – 113 с. – Режим доступу: <http://www.lecture.in.ua/ministerstvo-osviti-i-nauki-ukrayini-odeseka-nacionalena-akade-v2.html>

28. Рибалка П.М. Алгоритм формування стратегії за етапами розвитку підприємства [Електронний ресурс] / П.М. Рибалка // Економічні Інтернет – конференції. – Режим доступу: http://thesis.at.ua/publ/ menedzhment _rozvitok_teoriya_ta_praktika/ribalka

29. Жаліла Я.А. Малий і середній бізнес у пошуках місця в стратегії економічного зростання в Україні : зб.ст. [Електронний ресурс] / ред. Я. А. Жаліла // Сер. «Безпека економічних трансформацій». – К., 2002. – № 19. – Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/Table/Jalilo19/002.htm>