

Міністерство освіти і науки України

Національний університет водного господарства та
природокористування

Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту

Кафедра менеджменту та публічного врядування

07-06-144М

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

до виконання самостійних робіт

з дисципліни

«СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ АВТОТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА»

для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня
за освітньо-професійною програмою «Автомобільний транспорт»
спеціальності J8 «Автомобільний транспорт»
денної і заочної (дистанційної) форми навчання

Рекомендовано науково-
методичною радою
з якості ННМІ
Протокол № 9 від 17.06.2025 р.

Рівне – 2025

Методичні вказівки до виконання самостійних робіт з дисципліни «Стратегія розвитку автотранспортного підприємства» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) рівня за освітньо-професійною програмою «Автомобільний транспорт» спеціальності J8 «Автомобільний транспорт» денної і заочної (дистанційної) форми навчання [[Електронне видання] / Стасюк Б. Б. – Рівне : НУВГП, 2025. – 24 с.

Укладач: Стасюк Б. Б., старший викладач кафедри менеджменту та публічного управління.

Відповідальний за випуск: Тихончук Л. Х., д.держ.упр., професор, завідувач кафедри менеджменту та публічного врядування.

Керівник групи забезпечення спеціальності J8 «Автомобільний транспорт» доцент, к.т.н. Марчук Р. М.

ЗМІСТ

Вступ.....	3
1. Загальні вказівки до виконання контрольних робіт.....	5
2. Перелік тем для самостійного опрацювання (вивчення) теоретичного матеріалу	6
3. Складові індивідуального виконання завдання	8
3.1. Теоретичні питань за варіантами для виконання самостійних (контрольних) робіт	8
3.2. Завдання для виконання практичної частини індивідуального завдання	17
4. Порядок вибору вихідних даних.....	20
5. Приклад ситуаційної задачі	21
6. Варіанти індивідуальних завдань.....	22
7. Рекомендована література.....	24

© Б. Б. Стасюк, 2025

© НУВГП, 2025

ВСТУП

Сучасний етап з підготовки фахівців з вищою освітою потребує формування навиків довгострокового бачення перспектив діяльності підприємств. Випускники ВНЗ в перспективі займатимуть керівні посади і матимуть вплив на виконання стратегічних рішень на всіх рівнях управління економічної та виробничої діяльності.

Ефективність діяльності підприємств залежить від якості перспективних або довгострокових рішень. Це визначає потребу оволодіння працівниками навиками, зокрема менеджерами, теоретичними знаннями і навиками розробки стратегічних рішень.

Розвинена ринкова економіка передбачає загострення конкуренції на ринку. Це процес, який пов'язаний з нестабільністю зовнішнього середовища, що як створює можливості так і ускладнює процес ефективного розвитку підприємства, а також викликає потребу стратегічного управління. Реалізація концепції створення та реалізації стратегій розвитку підприємств буде можливою лише тоді, коли менеджмент підприємства буде стратегічно орієнтованим, тобто, коли весь персонал буде мати стратегічне мислення, і застосовуватиме застосовуватися система стратегічного планування. Розробка стратегії розвитку підприємства має носити системний характер реалізації стратегічних планів, а поточна, повсякденна діяльність, повинна бути підпорядкована постійним вдосконаленням і досягненню поставлених стратегічних цілей.

Далекоглядні плани розробники стратегій підприємства більше орієнтовані на зміни зовнішнього середовища, ніж на вивчення внутрішніх проблем підприємства. Грамотне розроблена стратегія розвитку зазвичай живе кілька років, і потребує лише незначних змін для адаптації до нових умов.

На сучасному етапі розвитку автотранспортних підприємств України не завжди виявляються здатним адекватно і гнучко реагувати на зовнішні загрози, внаслідок чого потенційні можливості в отриманні економічної вигоди можуть обернутися в джерело проблем. Тому, розробка стратегій і їх реалізація повинне стати інструментом ефективного довгострокового розвитку підприємства будь-якої галузі.

Управління компанією автомобільної галузі в умовах мінливих змін зовнішнього середовища, яке постійно трансформується через процеси жорсткої конкурентної боротьби. А також в умовах не стабільної економічної ситуації вимагає від керівників всіх рівнів розуміння основ стратегічного бачення розвитку підприємств. Вміння

фахівців прогнозувати та передбачати можливі тенденції змін конкурентного середовища й розробляти нові та оптимальні напрямки розвитку діяльності фірми. Метою дисципліни є вивчення студентами основних концепцій стратегічної поведінки і управління. Освоєння майбутніми фахівцями практичних навиків стратегічного аналізу, які можуть бути використані в побудові дієвих стратегій та їх більш успішній послідуєчій роботі.

Основними завданнями, що ставиться у процесі вивчення дисципліни є:

- засвоєння теоретичних знань по курсу "Стратегія розвитку автотранспортного підприємства";
- вивчення прийомів оцінки внутрішнього стану підприємства;
- набуття практичних навиків з визначення конкурентних можливостей і передбачення можливих негативних подій в зовнішньому середовищі;
- отримання достатніх знань, щоб розробляти заходи по знаходженню і поліпшенню конкурентних факторів своїй організації;
- набуття навиків з структуризації цілі і визначенню стратегій для досягнення поставленої мети.

Застосування методів прийняття стратегічних рішень в повсякденній господарській практиці, більшості підприємств, залишається поки що досить обмеженими. Таку ситуацію можна вирішити через пояснення з одного боку, застосуванням автоматизації виконання складних розрахунків для знаходження оптимальних стратегій з іншого – підняттям рівня конкретних знань у посадовців, що розробляють і приймають стратегічні рішення. Це стосується комплексних багатоваріантних розрахунків, вибору альтернатив, застосування спеціальних методів для визначенні варіанту дій в умовах невизначеності а відповідно і ризику.

Методичні вказівки регламентують самостійне опрацювання в основному теоретичну частину дисципліни „Стратегія розвитку автотранспортного підприємства” та вміння застосовувати методи стратегічного дослідження для вирішення невизначеності в ситуації на конкретному середовищі підприємстві.

Самостійне виконання запропонованих завдань є одним з корисних елементів для підготовки менеджерів, або вузькоспеціалізованих фахівців. Вони допоможуть спеціалістам володіти теоретичними знаннями та навиками розробки стратегій підприємства через застосування відповідних методів в різних

господарських станах підприємства, що сприяє отримання позитивних та ефективніших результатів їх діяльності.

1. ЗАГАЛЬНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ І ЗАХИСТУ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

Самостійна робота здобувача освіти складається із двох теоретичних тем для письмового розкриття і практичних завдань, які охоплюють основні розділи дисципліни „Стратегія розвитку автотранспортного підприємства” для напряму підготовки 074 „Автомобільний транспорт”. Основною метою виконання контрольної роботи студентом є закріплення і перевірка знань, засвоєних здобувачами у результаті самостійного вивчення даної навчальної дисципліни зорієнтованої на набуття управлінських компетенцій.

При виконанні і оформленні практичної частини завдання контрольної роботи важливо дотримуватись запропонованої послідовності, яка наводиться нижче при формуванні вихідних даних навчального завдання і яка включає наступні етапи:

- короткий опис діяльності автотранспортного підприємства;
- постановка завдання або цілі;
- обґрунтування та розв’язання задачі;
- аналіз ситуації запропонованими методами і висновки та пропозиції вибору стратегії розвитку.

При формуванні задачі практичної частини завданні потрібно описати коротко ситуацію, яка є на підприємстві. Необхідно коротко охарактеризувати фінансовий стан та виробничі можливості підприємства. Проаналізувати зовнішнє середовище, зокрема конкурентів. Сформувати матрицю до відповідно заданого методу та рівномірного заповнення його квадрантів, розкриваючи їх суть.

Для формування постановки задачі або опису ситуації достатньо опису до однієї сторінки. Аналіз та розробка за заданим методом, обґрунтування має мати обсяг не менше трьох сторінок машинописного тексту. Етапи обґрунтування прийняття рішення з обґрунтування підбору стратегії, або висновків мають бути виділені абзацом, відступом або величиною шрифту.

При потребі запропонувати додаткові методи для вибору стратегії підприємства, зробити обґрунтування чому ті або інші методи доцільно застосувати.

В теоретичній частині завдання має бути розкрито суть питання, огляд декількох інформаційних джерел на дану тему з

зазначенням відповідних посилань. Обсяг сторінок машинописного тексту для розкриття одного теоретичного питання, самостійного опрацювання, повинен становити 5 – 7 сторінок формату А4.

2. ПЕРЕЛІК ТЕМ ДЛЯ САМОСТІЙНОГО ОПРАЦЮВАННЯ (ВИВЧЕННЯ) ТЕОРЕТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ З КУРСУ «СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ АВТОТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА»

ЗМІСТ ОСВІТНЬОЇ КОМПОНЕНТИ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ 1. СТРАТЕГІЧНИЙ КОНТЕКСТ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА. Сутність, передумови виникнення, сучасне розуміння та стратегічний контекст підприємства.

ТЕМА 1. Стратегія розвитку підприємства: поняття, передумови виникнення, еволюція концепції.

Визначення поняття, предмет і завдання стратегії та стратегічного розвитку автотранспортного підприємства, як елементу сучасного бізнес-середовища. Приклади стратегій успішних компаній.

ТЕМА 2. Аналіз зовнішнього середовища підприємства.

Загальні поняття та складові середовища підприємства. Діагностика, оцінка і прогноз макросередовища підприємств. Аналіз та прогнозування мікросередовища підприємства. Співставлення та оцінка загроз і можливостей при існуючих зовнішніх факторах впливу.

ТЕМА 3. Діагностика внутрішнього середовища підприємства та його стану.

Системний функціональний аналіз діяльності підприємства. Джерела і способи діагностики внутрішніх складових організації. Декомпозиція функцій та цілей підприємства. Оцінка середовища підприємства в цілому, SWOT-аналіз. Комплексний аналіз середовища підприємств в цілому.

ТЕМА 4. Джерела, види та інструменти влади.

Визначення й природа влади. Джерела індивідуальної влади. Використання влади при прийнятті стратегічних рішень. Потреба в досягненні й потреба у владі. Психологічна допомога в плануванні реалізації ефективної кар'єри сучасного лідера. Психологічні засоби створення привабливого іміджу лідера і організації.

ТЕМА 5. Формування візії та місії підприємства та його цілей.

Сутність місії підприємства. Види цілей підприємства, їх класифікація та способи рангування. Елементи формування системи цілей підприємства.

ТЕМА 6. Корпоративна або загальна стратегія підприємства.

Поняття та суть корпоративної стратегії підприємства. Поняття про стратегічний аналіз підприємства і його методи. Портфельна стратегія і портфельний аналіз організації. Ефект синергії і його застосування в портфельному аналізі підприємства.

ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ 2.

ТЕМА 7. Матричні методи формування корпоративної стратегії підприємства.

Поняття про матричні методи в проведенні портфельного аналізу та його етапи. Матриця Бостонської консультативної групи (БКГ) „зростання-частина ринку». Багатофакторна портфельна матриця „Мак-Кінсі» „привабливість-конкурентоспроможність». Матриця АДЛ (фірми Артура Д.Літла).

ТЕМА 8. Стратегія диверсифікації діяльності підприємства.

Поняття про диверсифікацію діяльності підприємства. Умови і причини диверсифікації підприємства. Варіанти і критерії диверсифікації.

ТЕМА 9. Конкурентні стратегії розвитку підприємства (стратегії бізнесу).

Поняття про конкурентні стратегії підприємства і їх види. Характеристика загальноприйнятих конкурентних стратегій бізнесу. Оцінка конкурентоспроможності продукції і підприємства як стратегічний орієнтир розвитку підприємства. Формування конкурентної бізнесової стратегії, основні етапи та складові.

ТЕМА 10. Функціональні стратегії розвитку підприємства.

Сутність та призначення функціональних стратегій розвитку підприємств. Види функціональних стратегій та основні елементи організації їх розробки

Стратегія формування управлінської команди для реалізації цілей.

ТЕМА 11. Методи формування стратегії розвитку підприємства.

Методи аналізу альтернатив на бізнес-рівні. Метод PIMS (англ. Profit Impact of Marketing Strategy). Переваги моделі БКГ. Модель GE/McKinsey. Модель ADL. Матриця Хофера – Шендела.

ТЕМА 12. Процес стратегічного вибору, декомпонування і виконання стратегії розвитку підприємства.

Поняття про підходи вибору стратегії підприємства і основні чинники вибору. Обмеження, критерії і методи стратегічного вибору напрямків розвитку підприємства. Завершення формування і декомпонування стратегії підприємства. Організація виконання стратегії розвитку автотранспортного підприємства.

3. СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ

3.1. ПЕРЕЛІК ТЕОРЕТИЧНИХ ПИТАНЬ ДЛЯ ВИКОНАННЯ САМОСТІЙНОЇ АБО КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ

1. Описати прийоми розробки і вибору стратегічних управлінських рішень в умовах ризиків.
2. Що є предметом вивчення стратегії розвитку підприємства?
3. Які основні цілі вивчення стратегії розвитку підприємства?
4. Описати методології і організацію розробки стратегії підприємства.
5. Описати елементи внутрішнього середовища підприємства.
6. Розкрити організаційно - технологічні передумови і фактори побудови стратегій.
7. Охарактеризувати що таке стратегія розвитку підприємства?
8. Розкрити суть ключових понять, які використовуються у стратегії розвитку підприємства?
9. Умови невизначеності джерела і види ризику при розробці стратегії.
10. Розкрити роль і ефективність використання експертних оцінок при розробці стратегії.
11. Вплив факторів внутрішнього середовища на функціонування та стратегії підприємства.
12. Роль загальновизнаних методів і технологій розробки стратегій підприємства. Порівняння альтернатив і вибір стратегій. Аналіз альтернатив.
13. Методологічні підходи до оцінки ефективності та приклади розрахунку ефективності стратегій підприємства.
14. Роль математичних моделей і їх використання та застосування технічних засобів в процесі моделювання стратегій.
15. Стратегічні і тактичні рішення, їх особливості і взаємозв'язок.
16. Які існують основні типи стратегій (розкрити суть) підприємства?
17. Розкрити чим відрізняються типи стратегій від видів стратегій?
18. Навести приклади типів стратегій розвитку підприємства.

19. Розкрити основи розробки стратегій підприємства.
20. Що таке оцінка факторів зовнішнього і внутрішнього впливу на стратегію розвитку?
21. Як проводиться зовнішній аналіз для побудови стратегії підприємства?
22. Які використовуються основні методи зовнішнього аналізу стратегій?
23. Як здійснюється внутрішній аналіз стратегій підприємства?
24. Які основні елементи внутрішнього аналізу при розробці стратегії підприємства?
25. Що таке інформаційно-аналітичне забезпечення розробки стратегій розвитку?
26. Які дієві компоненти складають розробку стратегій підприємства?
27. Які основні елементи інформаційної бази використовують для стратегічного планування? Регламентне управління стратегічними напрямками і поділ відповідальності.
28. Організація і контроль виконання стратегії розвитку.
29. Взаємозв'язок місій, цілей і стратегій підприємства. Альтернативи стратегій і їх вибір.
30. Охарактеризувати основні види і характер корпоративних стратегій підприємства.
31. Стратегія як інструмент змін функціонування і розвитку підприємства
32. Інформаційне забезпечення розробки стратегії і інформаційна безпека.
33. Як формується та формулюється місія та стратегія підприємства?
34. Як визначаються цілі підприємства виходячи з стратегії підприємства?
35. Розкрити суть впливу факторів на розробку корпоративних стратегій.
36. Описати які етапи включає розробка корпоративних стратегій.
37. Які типи й види корпоративних стратегій існують?
38. Які методи й моделі використовуються при формуванні корпоративних стратегій?
39. Які є види конкурентних стратегій? Розкрити суть.
40. Які особливості реалізації конкурентних стратегій? Проаналізувати їх.

41. Описати основні види і характер функціональних стратегій підприємства.
42. Що таке функціональні стратегії підприємства?
43. Які приклади дієвих функціональних стратегій можна виділити на сучасному етапі?
44. Основи стратегічного контролю на підприємстві, суть та призначення
45. Що таке стратегічний контроль? Його роль в реалізації стратегії.
46. Які основні функції та завдання стратегічного контролю у стратегії розвитку підприємства?
47. Значення, суть та функції стратегії. Інтелектуальна діяльність при розробці стратегії підприємства.
48. Які завдання вирішуються під час зовнішнього аналізу для створення стратегії підприємства?
49. Які основні методики використовуються для вирішення задач зовнішнього аналізу при створенні стратегії підприємства?
50. Концептуальне уявлення процесу створення стратегії. Модель процесу підготовки і розробки стратегії підприємства.
51. Фактори ефективної реалізації стратегії підприємства.
52. Описати прийоми розробки і вибору управлінських рішень в умовах ризиків.
53. Що є предметом вивчення стратегії розвитку підприємства?
54. Які основні цілі вивчення стратегії розвитку підприємства?
55. Описати методології і організацію розробки стратегії підприємства.
56. Описати елементи внутрішнього середовища підприємства.
57. Розкрити організаційно - технологічні передумови і фактори побудови стратегій.
58. Охарактеризувати що таке стратегія розвитку підприємства?
59. Розкрити суть ключових понять, які використовуються у стратегії розвитку підприємства?
60. Умови невизначеності джерела і види ризику при розробці стратегії.
61. Розкрити роль і ефективність використання експертних оцінок при розробці стратегії.
62. Вплив факторів внутрішнього середовища на функціонування та стратегії підприємства.

63. Роль загальноновизнаних методів і технологій розробки стратегій підприємства. Порівняння альтернатив і вибір стратегій. Аналіз альтернатив.
64. Методологічні підходи до оцінки ефективності та приклади розрахунку ефективності стратегій підприємства.
65. Роль математичних моделей і їх використання та застосування технічних засобів в процесі моделювання стратегій.
66. Стратегічні і тактичні рішення, їх особливості і взаємозв'язок.
67. Які існують основні типи стратегій (розкрити суть) підприємства?
68. Розкрити чим відрізняються типи стратегій від видів стратегій?
69. Навести приклади типів стратегій розвитку підприємства.
70. Розкрити основи розробки стратегій підприємства.
71. Що таке оцінка факторів зовнішнього і внутрішнього впливу на стратегію розвитку?
72. Як проводиться зовнішній аналіз для побудови стратегії підприємства?
73. Які використовуються основні методи зовнішнього аналізу стратегій?
74. Як здійснюється внутрішній аналіз стратегій підприємства?
75. Які основні елементи внутрішнього аналізу при розробці стратегії підприємства?
76. Що таке інформаційно-аналітичне забезпечення розробки стратегій розвитку?
77. Які дієві компоненти складають розробку стратегій підприємства?
78. Які основні елементи інформаційної бази використовують для стратегічного планування? Регламентне управління стратегічними напрямками і поділ відповідальності.
79. Організація і контроль виконання стратегії розвитку.
80. Взаємозв'язок місій, цілей і стратегій підприємства. Альтернативи стратегій і їх вибір.
81. Охарактеризувати основні види і характер корпоративних стратегій підприємства.
82. Стратегія як інструмент змін функціонування і розвитку підприємства
83. Інформаційне забезпечення розробки стратегії і інформаційна безпека.
84. Як формується та формулюється місія та стратегія підприємства?

85. Як визначаються цілі підприємства виходячи з стратегії підприємства?
86. Розкрити суть впливу факторів на розробку корпоративних стратегій.
87. Описати які етапи включає розробка корпоративних стратегій.
88. Які типи й види корпоративних стратегій існують?
89. Які методи й моделі використовуються при формуванні корпоративних стратегій?
90. Які є види конкурентних стратегій? Розкрити суть.
91. Які особливості реалізації конкурентних стратегій? Проаналізувати їх.
92. Описати основні види і характер функціональних стратегій підприємства.
93. Що таке функціональні стратегії підприємства?
94. Які приклади дієвих функціональних стратегій можна виділити на сучасному етапі?
95. Основи стратегічного контролю на підприємстві, суть та призначення
96. Що таке стратегічний контроль? Його роль в реалізації стратегії.
97. Які основні функції та завдання стратегічного контролю у стратегії розвитку підприємства?
98. Значення, суть та функції стратегії. Інтелектуальна діяльність при розробці стратегії підприємства.
99. Які завдання вирішуються під час зовнішнього аналізу для створення стратегії підприємства?
100. Які основні методики використовуються для вирішення задач зовнішнього аналізу при створенні стратегії підприємства?
101. Концептуальне уявлення процесу створення стратегії. Модель процесу підготовки і розробки стратегії підприємства.
102. Фактори ефективної реалізації стратегії підприємства.
103. Описати прийоми розробки і вибору управлінських рішень в умовах ризиків.
104. Що є предметом вивчення стратегії розвитку підприємства?
105. Які основні цілі вивчення стратегії розвитку підприємства?
106. Описати методології і організацію розробки стратегії підприємства.
107. Описати елементи внутрішнього середовища підприємства.

108. Розкрити організаційно - технологічні передумови і фактори побудови стратегій.
109. Охарактеризувати що таке стратегія розвитку підприємства?
110. Розкрити суть ключових понять, які використовуються у стратегії розвитку підприємства?
111. Умови невизначеності джерела і види ризику при розробці стратегії.
112. Розкрити роль і ефективність використання експертних оцінок при розробці стратегії.
113. Вплив факторів внутрішнього середовища на функціонування та стратегії підприємства.
114. Роль загальноновизнаних методів і технологій розробки стратегій підприємства. Порівняння альтернатив і вибір стратегій. Аналіз альтернатив.
115. Методологічні підходи до оцінки ефективності та приклади розрахунку ефективності стратегій підприємства.
116. Роль математичних моделей і їх використання та застосування технічних засобів в процесі моделювання стратегій.
117. Стратегічні і тактичні рішення, їх особливості і взаємозв'язок.
118. Які існують основні типи стратегій (розкрити суть) підприємства?
119. Розкрити чим відрізняються типи стратегій від видів стратегій?
120. Навести приклади типів стратегій розвитку підприємства.
121. Розкрити основи розробки стратегій підприємства.
122. Що таке оцінка факторів зовнішнього і внутрішнього впливу на стратегію розвитку?
123. Як проводиться зовнішній аналіз для побудови стратегії підприємства?
124. Які використовуються основні методи зовнішнього аналізу стратегій?
125. Як здійснюється внутрішній аналіз стратегій підприємства?
126. Які основні елементи внутрішнього аналізу при розробці стратегії підприємства?
127. Що таке інформаційно-аналітичне забезпечення розробки стратегій розвитку?
128. Які дієві компоненти складають розробку стратегій підприємства?
129. Які основні елементи інформаційної бази використовують для стратегічного планування? Регламентне управління стратегічними напрямками і поділ відповідальності.

130. Організація і контроль виконання стратегії розвитку.
131. Взаємозв'язок місій, цілей і стратегій підприємства. Альтернативи стратегій і їх вибір.
132. Охарактеризувати основні види і характер корпоративних стратегій підприємства.
133. Стратегія як інструмент змін функціонування і розвитку підприємства
134. Інформаційне забезпечення розробки стратегії і інформаційна безпека.
135. Як формується та формулюється місія та стратегія підприємства?
136. Як визначаються цілі підприємства виходячи з стратегії підприємства?
137. Розкрити суть впливу факторів на розробку корпоративних стратегій.
138. Описати які етапи включає розробка корпоративних стратегій.
139. Які типи й види корпоративних стратегій існують?
140. Які методи й моделі використовуються при формуванні корпоративних стратегій?
141. Які є види конкурентних стратегій? Розкрити суть.
142. Які особливості реалізації конкурентних стратегій? Проаналізувати їх.
143. Описати основні види і характер функціональних стратегій підприємства.
144. Що таке функціональні стратегії підприємства?
145. Які приклади дієвих функціональних стратегій можна виділити на сучасному етапі?
146. Основи стратегічного контролю на підприємстві, суть та призначення
147. Що таке стратегічний контроль? Його роль в реалізації стратегії.
148. Які основні функції та завдання стратегічного контролю у стратегії розвитку підприємства?
149. Значення, суть та функції стратегії. Інтелектуальна діяльність при розробці стратегії підприємства.
150. Які завдання вирішуються під час зовнішнього аналізу для створення стратегії підприємства?
151. Які основні методики використовуються для вирішення задач зовнішнього аналізу при створенні стратегії підприємства?

152. Концептуальне уявлення процесу створення стратегії. Модель процесу підготовки і розробки стратегії підприємства.
153. Фактори ефективної реалізації стратегії підприємства.
154. Описати прийоми розробки і вибору управлінських рішень в умовах ризиків.
155. Що є предметом вивчення стратегії розвитку підприємства?
156. Які основні цілі вивчення стратегії розвитку підприємства?
157. Описати методології і організацію розробки стратегії підприємства.
158. Описати елементи внутрішнього середовища підприємства.
159. Розкрити організаційно - технологічні передумови і фактори побудови стратегій.
160. Охарактеризувати що таке стратегія розвитку підприємства?
161. Розкрити суть ключових понять, які використовуються у стратегії розвитку підприємства?
162. Умови невизначеності джерела і види ризику при розробці стратегії.
163. Розкрити роль і ефективність використання експертних оцінок при розробці стратегії.
164. Вплив факторів внутрішнього середовища на функціонування та стратегії підприємства.
165. Роль загальновизнаних методів і технологій розробки стратегій підприємства. Порівняння альтернатив і вибір стратегій. Аналіз альтернатив.
166. Методологічні підходи до оцінки ефективності та приклади розрахунку ефективності стратегій підприємства.
167. Роль математичних моделей і їх використання та застосування технічних засобів в процесі моделювання стратегій.
168. Стратегічні і тактичні рішення, їх особливості і взаємозв'язок.
169. Які існують основні типи стратегій (розкрити суть) підприємства?
170. Розкрити чим відрізняються типи стратегій від видів стратегій?
171. Навести приклади типів стратегій розвитку підприємства.
172. Розкрити основи розробки стратегій підприємства.
173. Що таке оцінка факторів зовнішнього і внутрішнього впливу на стратегію розвитку?
174. Як проводиться зовнішній аналіз для побудови стратегії підприємства?
175. Які використовуються основні методи зовнішнього аналізу стратегій?

176. Як здійснюється внутрішній аналіз стратегій підприємства?
177. Які основні елементи внутрішнього аналізу при розробці стратегії підприємства?
178. Що таке інформаційно-аналітичне забезпечення розробки стратегій розвитку?
179. Які дієві компоненти складають розробку стратегій підприємства?
180. Які основні елементи інформаційної бази використовують для стратегічного планування? Регламентне управління стратегічними напрямками і поділ відповідальності.
181. Організація і контроль виконання стратегії розвитку.
182. Взаємозв'язок місій, цілей і стратегій підприємства. Альтернативи стратегій і їх вибір.
183. Охарактеризувати основні види і характер корпоративних стратегій підприємства.
184. Стратегія як інструмент змін функціонування і розвитку підприємства
185. Інформаційне забезпечення розробки стратегії і інформаційна безпека.
186. Як формується та формулюється місія та стратегія підприємства?
187. Як визначаються цілі підприємства виходячи з стратегії підприємства?
188. Розкрити суть впливу факторів на розробку корпоративних стратегій.
189. Описати які етапи включає розробка корпоративних стратегій.
190. Які типи й види корпоративних стратегій існують?
191. Які методи й моделі використовуються при формуванні корпоративних стратегій?
192. Які є види конкурентних стратегій? Розкрити суть.
193. Які особливості реалізації конкурентних стратегій? Проаналізувати їх.
194. Описати основні види і характер функціональних стратегій підприємства.
195. Що таке функціональні стратегії підприємства?
196. Які приклади дієвих функціональних стратегій можна виділити на сучасному етапі?
197. Основи стратегічного контролю на підприємстві, суть та призначення

198. Що таке стратегічний контроль? Його роль в реалізації стратегії.
199. Які основні функції та завдання стратегічного контролю у стратегії розвитку підприємства?
200. Значення, суть та функції стратегії. Інтелектуальна діяльність при розробці стратегії підприємства.
201. Які завдання вирішуються під час зовнішнього аналізу для створення стратегії підприємства?
202. Які основні методики використовуються для вирішення задач зовнішнього аналізу при створенні стратегії підприємства?
203. Концептуальне уявлення процесу створення стратегії. Модель процесу підготовки і розробки стратегії підприємства.
204. Фактори ефективної реалізації стратегії підприємства.
205. Стратегічне планування та його роль при реалізації стратегії розвитку підприємства.

3.2. ТЕМИ ДО ВИКОНАННЯ ПРАКТИЧНОЇ ЧАСТИНИ САМОСТІЙНОГО ЗАВДАННЯ З РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЙ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ:

(базове підприємство для розкриття практичного завдання обирається за погодженням з викладачем з діючих на даний час підприємств з яким так або інакше (працював, проходив практику, користувався послугами, може отримати достатню інформацію для виконання завдання) пересікався здобувач освіти).

1. Здійснити SWOT аналіз – стратегічного планування діяльності автотранспортного підприємства, який дозволяє виявити ключові аспекти бізнесу. Запропонувати та побудувати стратегію розвитку на основі зробленого аналізу.
2. Провести розбудову стратегії підприємства на основі методу БКГ - матриці "зростання ринку – частка ринку" (BCG). Обґрунтувати стратегію автотранспортного підприємства виходячи з ваших напрацювань по матриці БКГ.
3. Застосувати матрицю General Electric/McKinsey для аналізу діяльності обраного автотранспортного підприємства. Та запропонувати стратегію розвитку підприємства на основі зробленого аналізу.
4. Провести аналіз автотранспортного підприємства використовуючи матрицю керованої політики або DPM (від англ. Direct Policy Matrix). Застосовуючи критерії оцінки цієї матриці і конкурентні можливості

запропонувати стратегію розвитку підприємства на основі зробленого аналізу.

5. Використовуючи метод та матрицю "зростання ринку – конкурентні позиції підприємства" від Томпсона та Стрікланда. Проаналізувати ситуацію та запропонувати можливу оптимальну стратегію розвитку підприємства.

6. Використовуючи метод Артура Д. Літтла та матрицю "конкурентоспроможність – стадія життєвого циклу" обґрунтувати стратегію автотранспортного підприємства виходячи з ваших напрацювань.

7. Використовуючи метод та матрицю Хассі, яка є ефективним інструментом стратегічного планування, розробити обґрунтування стратегії автотранспортного підприємства.

8. Використовуючи метод та матрицю І. Ансоффа – американського спеціаліста з стратегічного менеджменту, описати використання можливих стратегій та умов розширення ринку для вашого автотранспортного підприємства.

9. Застосуйте метод SPACE (strategic position and action evaluation – оцінка стратегічного становища та дій) для комплексного аналізу позицій на ринку та вибору оптимального варіанта стратегії розвитку для вашого автотранспортного підприємства.

10. Здійснити SWOT аналіз – стратегічного планування діяльності автотранспортного підприємства, який дозволяє виявити ключові аспекти бізнесу. Запропонувати та побудувати стратегію розвитку на основі зробленого аналізу.

11. Провести розбудову стратегії підприємства на основі методу БКГ. Матриця "зростання ринку – частка ринку" (BCG). Обґрунтувати стратегію автотранспортного підприємства виходячи з ваших напрацювань по матриці БКГ.

12. Застосувати матрицю General Electric/McKinsey для аналізу діяльності обраного автотранспортного підприємства. Та запропонувати стратегію розвитку підприємства на основі зробленого аналізу.

13. Провести аналіз автотранспортного підприємства використовуючи матрицю керованої політики або DPM (від англ. Direct Policy Matrix). Застосовуючи критерії оцінки цієї матриці і конкурентні можливості запропонувати стратегію розвитку підприємства на основі зробленого аналізу.

14. Використовуючи метод та матрицю "зростання ринку – конкурентні позиції підприємства" Томпсона та Стрікланда. Проаналізувати ситуацію та запропонувати можливу оптимальну стратегію розвитку підприємства.
15. Використовуючи метод Артура Д. Літтла та матрицю "конкурентоспроможність – стадія життєвого циклу" обґрунтувати стратегію автотранспортного підприємства виходячи з ваших напрацювань.
16. Використовуючи метод та матрицю Хассі, яка є ефективним інструментом стратегічного планування, розробити обґрунтування стратегії автотранспортного підприємства.
17. Використовуючи метод та матрицю І. Ансоффа – американського спеціаліста з стратегічного менеджменту, описати використання можливих стратегій та умов розширення ринку для вашого автотранспортного підприємства.
18. Застосуйте метод SPACE (strategic position and action evaluation – оцінка стратегічного становища та дій) для комплексного аналізу позицій на ринку та вибору оптимального варіанта стратегії розвитку для вашого автотранспортного підприємства.
19. Здійснити SWOT аналіз – стратегічного планування діяльності автотранспортного підприємства, який дозволяє виявити ключові аспекти бізнесу. Запропонувати та побудувати стратегію розвитку на основі зробленого аналізу.
20. Провести розбудову стратегії підприємства на основі методу БКГ. Матриця "зростання ринку – частка ринку" BCG. Обґрунтувати стратегію автотранспортного підприємства виходячи з ваших напрацювань по матриці БКГ.
21. Застосувати матрицю General Electric/McKinsey для аналізу діяльності обраного автотранспортного підприємства. Та запропонувати стратегію розвитку підприємства на основі зробленого аналізу.
22. Провести аналіз автотранспортного підприємства використовуючи матрицю керованої політики або DPM (від англ. Direct Policy Matrix). Застосовуючи критерії оцінки цієї матриці і конкурентні можливості запропонувати стратегію розвитку підприємства на основі зробленого аналізу.
23. Використовуючи метод та матрицю "зростання ринку – конкурентні позиції підприємства" від Томпсона та Стрікланда. Проаналізувати ситуацію та запропонувати можливу оптимальну стратегію розвитку підприємства.

24. Використовуючи метод Артура Д. Літтла та матрицю "конкурентоспроможність – стадія життєвого циклу" обґрунтувати стратегію автотранспортного підприємства виходячи з ваших напрацювань.
25. Використовуючи метод та матрицю Хассі, яка є ефективним інструментом стратегічного планування, розробити обґрунтування стратегії автотранспортного підприємства.
26. Використовуючи метод та матрицю І. Ансоффа – американського спеціаліста з стратегічного менеджменту, описати використання можливих стратегій та умов розширення ринку для вашого автотранспортного підприємства.
27. Застосуйте метод SPACE (strategic position and action evaluation – оцінка стратегічного становища та дій) для комплексного аналізу позицій на ринку та вибору оптимального варіанта стратегії розвитку для вашого автотранспортного підприємства.
28. Здійснити SWOT аналіз – стратегічного планування діяльності автотранспортного підприємства, який дозволяє виявити ключові аспекти бізнесу. Запропонувати та побудувати стратегію розвитку на основі зробленого аналізу.
29. Провести розбудову стратегії підприємства на основі методу БКГ. Матриця "зростання ринку – частка ринку" BCG. Обґрунтувати стратегію автотранспортного підприємства виходячи з ваших напрацювань по матриці БКГ.
30. Застосувати матрицю General Electric/McKinsey для аналізу діяльності обраного автотранспортного підприємства. Та запропонувати стратегію розвитку підприємства на основі зробленого аналізу.
31. Провести аналіз автотранспортного підприємства використовуючи матрицю керованої політики або DPM (від англ. Direct Policy Matrix). Застосовуючи критерії оцінки цієї матриці і конкурентні можливості запропонувати стратегію розвитку підприємства на основі зробленого аналізу.
32. Використовуючи метод та матрицю "зростання ринку – конкурентні позиції підприємства" від Томпсона та Стріклєнда. Проаналізувати ситуацію та запропонувати можливу оптимальну стратегію розвитку підприємства.
33. Використовуючи метод Артура Д. Літтла та матрицю "конкурентоспроможність – стадія життєвого циклу" обґрунтувати стратегію автотранспортного підприємства виходячи з ваших напрацювань.

34. Використовуючи метод та матрицю Хассі, яка є ефективним інструментом стратегічного планування, розробити обґрунтування стратегії автотранспортного підприємства.

35. Використовуючи метод та матрицю І. Ансоффа – американського спеціаліста з стратегічного менеджменту, описати використання можливих стратегій та умов розширення ринку для вашого автотранспортного підприємства.

36. Застосуйте метод SPACE (strategic position and action evaluation – оцінка стратегічного становища та дій) для комплексного аналізу позицій на ринку та вибору оптимального варіанта стратегії розвитку для вашого автотранспортного підприємства.

4. ПОРЯДОК ВИБОРУ ВАРІАНТУ ВИХІДНИХ ДАНИХ

Теоретичні і практичні завдання, що вказані вище для виконання самостійної роботи вибираються студентом згідно свого варіанту, який співпадає з порядковим номером в електронному журналі викладача (або останніми двома цифрами залікової книжки) студента.

Студенту рекомендовано обирати тему для практичного завдання на прикладі підприємства де він працює або користується послугами (має доступ до відкритої інформації в системі інтернет обраного базового підприємства), або підприємства з яким він добре обізнаний з інших джерел. Обрана тема заздалегідь узгоджується з викладачем в разі непогодження обраної теми завдання згідно варіанта викладач має право задати додаткове завдання.

5. ПРИКЛАД СИТУАЦІЙНОЇ ЗАДАЧІ

Автотранспортне підприємство займається вантажними перевезеннями в основному до країн ЄС та в зворотному напрямку. Фірма має в наявності 25 автомобілів вантажопідйомністю 10 тон (10 штук) а інші по 22 тони. З них 9 автомобілів 2005 року випуску, які за технічними вимогами вже з наступного року не зможуть виконувати рейси в ЄС. Ще 5 авто потребують значних капіталовкладень на ремонт та відновлення стандартів робочого стану. Також зазначені авто мають більші витрати пального на 100 км. у порівнянні з новими автомобілями такого класу. Також у зв'язку з війною є обмеження з бронювання водіїв призовного віку для здійснення міжнародних перевезень. За законом 50% персоналу можна бронювати для функціонування підприємства. Також посилюється тиск конкуренції деяких фірм з ЄС, які не обмежені в персоналі та деяких

організаційно-економічних умовах роботи. Обсяги перевезень фірма має стабільні за діючими ринковими тарифами в Україні. Середній циклічний рейс за пробігом складає 2500 км., а по тривалості займає 7 діб.

Здійснити SWOT-аналіз автотранспортного підприємства за вищеописаними фактами його роботи. Розробити стратегії діяльності для нашого підприємства на основі проведеного SWOT-аналізу на наступні 3 роки.

Для чіткості пропонується зобразити заповнену матрицю SWOT-аналізу (Рис.1).



Рис.1. Матриця SWOT-аналізу.

Здійснити опис аналітичного аналізу причинно-наслідкових зв'язків даної проблеми. Така структуризація дозволяє наглядно та комплексно встановити вплив причин, що склалися та викликали проблему. Це корисно як елемент вдосконалення навиків не тільки саме по собі, а й для прийняття відповідних заходів в майбутньому, щоб уникати і не допускати їх повторення в майбутньому.

6. ВАРІАНТИ ДЛЯ ВИКОНАННЯ ЗАВДАНЬ

№ варіанту	№теоретичного питання	№ практичного завдання	№ варіанту	№ теоретичного питання	№ практичного завдання
1	1;2	10	19	29;30	12

2	3;4	1	20	31;32	17
3	5;6	3	21	33;34	13
4	7;8	6	22	35;36	18
5	9;10	8	23	37;38	14
6	11;12	5	24	39;40	19
7	13;14	9	25	41;42	22
8	15;16	4	26	43;44	20
9	17;18	2	27	45;46	25
10	19;20	7	28	47;48	23
11	21;22	10	29	49;50	21
12	23;24	15	30	51;52	24
13	25;26	11	31	53;54	1
14	27;28	16	32	55;56	3
16	59;60	6	34	175;176	2
17	61;62	7	35	177;178	13
18	63;64	5	36	179;180	24
37	65;66	2	66	131;132	16
38	67;68	4	67	133;134	19
39	69;70	10	68	135;136	17
40	71;72	12	69	137;138	21
41	73;74	9	70	139;140	24
42	75;76	11	71	141;142	18
43	77;78	14	72	143;144	20
44	79;80	17	73	145;146	22
45	81;82	13	74	147;148	2
46	83;84	18	75	149;150	25
47	85;86	15	76	151;152	6
48	87;88	20	77	153;154	10
49	89;90	23	78	155;156	20
50	91;92	19	79	157;158	5
51	93;94	21	80	159;160	9
52	95;96	24	81	161;162	21
53	97;98	22	82	163;164	4
54	99;100	25	83	165;166	8
55	101;102	7	84	167;168	22
56	103;104	3	85	169;170	3
57	105;106	6	86	171;172	11
58	107;108	8	87	181;182	23

59	109;110	13	88	183;184	2
60	111;112	9	89	185;186	13
61	113;114	1	90	187;188	24
62	117;118	4	91	29;30	12
63	115;116	2	92	31;32	17
64	119;120	5	93	33;34	13
65	121;122	10	94	35;36	18
101	133;134	16	95	189;190	20
102	135;136	17	96	191;192	17
103	137;138	21	97	193;194	19
104	139;140	24	98	195;196	15
105	141;142	18	99	197;198	18
106	143;144	20	100	199;200	16

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Брінь П. В., Голтвянська Ю. В. Стратегія розвитку підприємства: сутність та класифікація. *Підприємництво та інновації*. 2021. № 21. С. 31–34
2. Василига С. М. Поняття стратегії розвитку підприємства. *Економіка та держава*. 2020. №1. С. 121–125.
3. Гудзь О. І. Стратегія розвитку підприємства: сутність та класифікація. *Економіка і суспільство*. 2018. № 18. С. 346–352.
4. Довгань Л. Є., Каракай Ю. В., Артеменко Л. П. Стратегічне управління. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 440 с.
5. Застосування матричних моделей у портфельному аналізі стратегічного управління підприємством. URL: https://pidru4niki.com/1278021254060/menedzhment/zastosuvannya_matrichnih_modeley_portfelnomu_analizi (Дата звернення 25.05.2025).