

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

**КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Пояснювальна записка

до дипломної роботи

МАГІСТР

(освітньо-кваліфікаційний рівень)

на тему: «Маркетингові технології розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства»

Виконала: студентка 2 року навчання,
групи 8.06.47.13.01,
спеціальності 8.03060104 «Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності»

Гордієнко К. В.

Керівник: д.е.н., професор Піддубна Л.І.

Рецензент: к.е.н., професор Андросова Т. В.

Харків – 2015 рік

Успішна діяльність економічних суб'єктів в умовах високоінтернаціоналізованих ринків вимагає не тільки глибокого розуміння суті сучасних міжнародних економічних відносин, тенденцій і динаміки світогосподарських процесів, а й усвідомлення закономірностей розвитку системи управління підприємницькою діяльністю і створення дієвих механізмів впливу на ринкову ситуацію.

Для формування ефективної вітчизняної економіки, інтеграції України у світове господарство необхідно глибоке розуміння ринкових механізмів, закономірностей поведінки споживачів та конкурентів, основ стратегічного планування та контролю. Основою формування сучасної концепції управління та удосконалення методів практичного господарювання є маркетинг.

На сучасному етапі інтернаціоналізації української економіки вітчизняні суб'єкти підприємництва ще не набули достатнього досвіду для адекватної управлінської протидії зарубіжним компаніям у конкурентно напруженому середовищі інтернаціоналізованого ринку. Практика господарювання підприємств України свідчить про те, що впровадження маркетингу хоча й набуває все більшого поширення, але повною мірою ще не використовуються всі форми управління маркетинговою діяльністю, частіше це робиться хаотично, безсистемно, або недостатньо кваліфікованими фахівцями. Тому розробка й удосконалення інструментів міжнародного маркетингу є важливою умовою ефективної підприємницької діяльності суб'єктів господарювання в інтернаціоналізованому ринковому середовищі. Активізація зовнішньоекономічної діяльності призводить до поступового ускладнення маркетингових функцій.

Маркетинг відіграє важливу роль в економіці України в умовах розвитку ринкових відносин. Це зумовлює необхідність застосування у підприємницькій діяльності маркетингових рішень, які ґрунтуються на глибокому вивченні ринку та потреб споживачів.

Нині маркетинг вказує на ефективний шлях діяльності в умовах нестабільності, непередбачуваності, турбулентності зовнішнього середовища. У демократичній обстановці вільного підприємництва успіх приходить до

постачальників, які задовольняють попит.

Узагальнюючи зазначене, можна сказати, що питання впровадження в практику господарювання підприємств управління їх маркетинговою діяльністю є сьогодні актуальним, як ніколи, бо воно здатне регулювати вплив на рівень, характер і час попиту таким чином, щоб це допомагало організації в досягненні поставлених цілей, зокрема – забезпеченні максимального прибутку для підприємця в поєднанні з максимальним соціальним та матеріальним забезпеченням кожного працівника підприємства.

Актуальність теми обумовлена прагненням підприємств набути конкурентні переваги шляхом удосконалення зовнішньоекономічної діяльності через впровадження системи ефективного маркетингу.

В якості об'єкта дипломної роботи виступає система управління маркетингом на підприємстві.

Предметом дослідження є відносини які виникають при організації процесу маркетингу та розробці маркетингової стратегії підприємства при виході на зовнішні ринки.

Основною метою роботи є обґрунтування необхідності системного стратегічного підходу до маркетингової діяльності та формування певних рекомендацій із розробки маркетингової стратегії на ДНВП «Об'єднання Комунар».

Завданнями дипломної роботи виступають:

- вивчення сутності, організації зовнішньоекономічної діяльності;
- вивчення організації та регулювання маркетингової діяльності;
- аналіз фінансової, економічної та ЗЕД підприємства ДНВП «Об'єднання Комунар»;
- розробка рекомендацій щодо поліпшення роботи на зовнішніх ринках;
- рекомендації щодо підвищення якості маркетингових технологій розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства

В процесі роботи використовувалися наступні методи:

- Графічний, для наочного відображення структури підприємства;

Аналітичний, для аналізу ефективності менеджменту, політики управління персоналом;

Статистичний, для вивчення кон'юнктури ринку.

Джерелами інформації для виконання дипломної роботи були закони України, укази президента, література по зовнішньоекономічній діяльності та міжнародному маркетингу, результати господарської діяльності ДНВП «Об'єднання Комунар».

Проблемою управління маркетингом займалися різні спеціалісти, серед найбільш відомих західних учених потрібно виділити Д. Аакера, Т. Амблера, Д. Брайдана, К. Бартлета, Дж. Даніелса, С. Холленса, Дж. Грехема, С. Джейн, Дж. Дейлі, П. Діксона, Ф. Катеору, Г. Амстронга, В. Вонга, Д. Сондерса, Ф. Котлера, М. Портера, Л. Радебо та ін., які в різний час намагались визначити сутність міжнародної маркетингової діяльності й особливості застосування маркетингових технологій у практиці інтернаціоналізованого бізнесу, залежно від етапу економічного розвитку та соціальних потреб і мотивацій нового суспільства, що зростають.

Серед вітчизняних авторів можна виділити праці О. Азаряна, С. Близнюка, А. Войчака, О. Виноградової, О. Каніщенко, Н. Куденко, А. Мазаракі, А. Панкрухіна, Г. Папіряна, А. Полторака, І. Решетнікової, А. Румянцевої, А. Старостіної, Т. Циганкової.

Дипломна робота складається з чотирьох розділів, перший – це теоретичні аспекти управління маркетинговими технологіями у зовнішньоекономічній діяльності підприємства та другий – аналіз господарської діяльності підприємства.

А кінцевим результатом має стати запропонування заходів щодо підвищення ефективності організації управління маркетингом у зовнішньоекономічній діяльності ДНВП «Об'єднання Комунар».

Гордієнко К.В.

«Маркетингові технології розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства»

Предметом дослідження дипломної магістерської роботи є відносини які виникають при організації процесу маркетингу та розробці маркетингової стратегії підприємства при виході на зовнішні ринки. В дипломній роботі обґрунтовано використання інструментів управління міжнародним маркетингом з метою підвищення ефективності його маркетингової діяльності, а також збільшення експорту продукції. В роботі доведено, що застосування маркетингових технологій щодо управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства надає змогу підвищити ефективність фінансових показників.

Ключові слова: маркетинг, міжнародний маркетинг, управління маркетинговою діяльністю на підприємстві, концепція маркетингу, принципи управління маркетингом, функції маркетингу, методи маркетингових досліджень, стратегія маркетингу, тактика міжнародного маркетингу, інструменти маркетингу.

Гордиенко Е.В.

«Маркетинговые технологии развития внешнеэкономической деятельности предприятия»

Предметом исследования дипломной магистерской работы являются отношения возникающие при организации процесса маркетинга и разработке маркетинговой стратегии предприятия при выходе на внешние рынки. В дипломной работе обосновано использование инструментов управления международным маркетингом с целью повышения эффективности его маркетинговой деятельности, а также увеличение экспорта продукции. В работе доказано, что применение маркетинговых технологий по управлению внешнеэкономической деятельностью предприятия дает возможность повысить эффективность финансовых показателей.

Ключевые слова: маркетинг, международный маркетинг, управление маркетинговой деятельностью на предприятии, концепция маркетинга, принципы управления маркетингом, функции маркетинга, методы

маркетинговых исследований, стратегия маркетинга, тактика международного маркетинга, инструменты маркетинга.

Gordiienko K.V.

«Marketing Technology of Foreign Economic Activity Development of the Company»

The subject of the research this master's work is the relationship arising from the organization of the process of marketing and the development of marketing strategy when entering foreign markets. In diploma justified the use of management tools, international marketing in order to increase the effectiveness of its marketing activities, as well as an export increase. It is proved that the use of marketing techniques in managing the foreign economic activity of the enterprise makes it possible to improve the efficiency of financial performance.

Keywords: marketing, international marketing, management of marketing activity at the enterprise, the concept of marketing, principles of marketing management, marketing functions, methods of marketing research, marketing strategy, the tactics of international marketing, marketing tools.