

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

**ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН**

**КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ  
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

## **Пояснювальна записка**

до дипломної роботи

**МАГІСТР**

---

(освітній ступінь)

на тему: «Формування маркетингового комплексу забезпечення міжнародної конкурентоспроможності підприємства»

Виконала: студентка 2 року навчання,  
групи 8.06.07.14.02,  
спеціальності 8.03050301 «Міжнародна  
економіка»

Альохіна О.В.

Керівник: Шестакова О.А.

Рецензент: к.е.н.

Харків – 2016 рік

Зовнішньоекономічна діяльність суб'єктів господарювання створює умови для їх ефективного функціонування в сучасній ринковій економіці і формує об'єктивну основу інтеграції України до світової господарської системи. Підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства є однією з основних задач маркетингової діяльності сучасних підприємств.

У сучасних ринкових умовах висока конкурентоспроможність суб'єктів господарювання є запорукою отримання високого і стабільного прибутку. Конкурентоспроможність виступає основною умовою життєздатності і розвитку підприємства. Розуміючи це, вітчизняні товаровиробники в умовах жорсткої конкурентної боротьби ставлять перед собою такі цілі: задоволення потреб, існуючих на ринку, отримання максимального прибутку і збільшення обсягів збуту, розширення частки внутрішнього і зовнішнього ринків, забезпечення необхідного рівня якості та ціни продукції, що виробляється, та модернізація нових технологічних процесів.

Питання формування маркетингового комплексу забезпечення міжнародної конкурентоспроможності підприємства займають значне місце в працях вітчизняних вчених, таких як: А. Г. Дементьєва, Т.В. Гринько, Н.А. Дробітько, Е.А. Горбашко, В.Д. Базилевич, В.Л. Белоусов, З.М. Борисенко, А.С. Гальчинський, Є.П. Голубков, Б.М. Данилишин, П.С. Зав'ялов, Ю.В. Макогон. Серед зарубіжних вчених, що займалися дослідженням цього питання можна треба відзначити такі прізвища, як: Е. Альтман, І. Ансофф, Т. Бейтмен, Д. Болл, П. Друкер, Б. Карлофф, Ф. Котлер, Ж-Ж. Ламбен, В. Маккалах, К. Макконнелл, М. Портер, А. Стрікленд, А. Томпсон, та ін.

Формування відповідного маркетингового комплексу займає ключове місце у процесі підвищенні міжнародної конкурентоспроможності підприємства, оскільки саме правильно підібраний комплекс маркетингу дає підприємству можливість зайняти передові позиції в галузі та отримати важелі впливу на співвідношення конкурентних сил на ринку. Як результат, виникає об'єктивна необхідність в розробці ефективних управлінських методик

підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємства за рахунок маркетингової складової.

Політико-економічна нестабільність останніх років та вимушена зовнішньоекономічна переорієнтація виявили неготовність більшості українських підприємств до умов жорсткої конкурентної боротьби. Ці чинники обумовили вибір теми магістерської дипломної роботи та актуальність розгляду питання формування маркетингового комплексу забезпечення міжнародної конкурентоспроможності підприємств.

Метою магістерської дипломної роботи є підвищення рівня міжнародної конкурентоспроможності підприємства за рахунок формування відповідного до потреб зовнішнього ринку маркетингового комплексу забезпечення міжнародної конкурентоспроможності.

Об'єктом дослідження магістерської дипломної роботи є процес формування маркетингового комплексу міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

Предметом дослідження магістерської дипломної роботи є теоретичні аспекти та методичні засади формування комплексу маркетингу на підприємстві та його роль у забезпеченні міжнародної конкурентоспроможності підприємства.

Для реалізації вказаної мети в магістерській дипломній роботі були поставлені та вирішені наступні задачі:

дослідити теоретичні підходи до визначення сутності міжнародної конкурентоспроможності підприємства;

розглянути еволюцію концепцій маркетингу та сучасні тенденції;

проаналізувати господарську діяльність ПАТ «Завод «Південкабель» та оцінити динаміку його фінансового стану;

оцінити рівень міжнародної конкурентоспроможності підприємства та визначити основні проблеми, пов'язані із формуванням маркетингового комплексу забезпечення міжнародної конкурентоспроможності підприємства;

обґрунтувати доцільність використання маркетингового комплексу

удосконалення міжнародної конкурентоспроможності ПАТ «Завод «Південкабель».

Методологічною основою магістерської дипломної роботи є наукові концепції та теоретичні розробки вітчизняних та зарубіжних вчених в області аналізу діяльності підприємства та маркетингу. Під час підготовки даної роботи були використані монографії, наукові публікації, звітні матеріали ПАТ «Завод «Південкабель», статі, монографії за темою дослідження, законодавчі акти, держстандарти та інше.