

**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: «Управління вибором нових ринків у зовнішньоекономічній діяльності підприємства»

Виконала: студентка 2 року навчання,
групи 8.06.07.14.01,
спеціальності 8.03060104 «Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності»

Лопатіна К.А.

Керівник: к.е.н., доцент Серпухов М.Ю.

Рецензент: к.е.н., доцент Резніков В.В.

Харків – 2016 рік

Зовнішньоекономічна діяльність є одним з найважливіших чинників розвитку підприємства, що впливає на його кількісні та якісні параметри, умови зростання та конкурентоспроможність на зовнішньому ринку.

Підприємствам, що орієнтовані на зовнішні ринки, слід враховувати динаміку світової економіки та проводити ретельний аналіз зовнішнього середовища з метою вибору нових привабливих ринків для ведення зовнішньоекономічної діяльності. Саме тому питання управління вибором нових ринків набуває з кожним все більшої актуальності.

Проблемам пошуку та виходу підприємств на нові зовнішні ринки в сучасних умовах розглядались у наукових працях як зарубіжних, так і вітчизняних вчених, таких як: Котлер Ф., Денієлз Дж., Боумен К., Бреддик І., Дроздова Г. М., Захарченко В. І., Кредісов А. І., Мазаракі А. А., Багрова І.В., Гринкевич С.С., Дідківський М.І., Кузьмін О.Є. Анісімова О.М. та інші. Проте, у даних роботах відсутній єдиний підхід стосовно алгоритму вибору найбільш привабливого нового ринку та єдиного визначення поняття «новий ринок».

Таким чином, об'єктивна необхідність розвитку теоретичних та методико-прикладних основ управління вибором нових ринків у зовнішньоекономічній діяльності підприємства з урахуванням кон'юнктурних змін у світовому господарстві обумовлює актуальність досліджуваної теми, її мети та змісту.

Основною метою роботи стала систематизація алгоритмів щодо пошуку та виходу на нові зовнішні ринки, формулювання сутності поняття «новий ринок», а також розробка пропозицій щодо вибору нових ринків для Публічного акціонерного товариства «Завод «Південкабель».

Для досягнення цієї мети в дипломній роботі сформульовано і вирішено наступні завдання:

досліджено теоретичні концепції ідентифікації нових ринків у зовнішньоекономічній діяльності підприємства, розглянуто підходи до визначення категорії «ринок» та сформульовано поняття «новий ринок»;

досліджено різноманітні методики щодо вибору нових зовнішніх ринків та запропоновано систематичний підхід щодо оцінки найбільш привабливих ринків для підприємства;

проведено аналіз фінансово-господарської та зовнішньоекономічної діяльності підприємства;

проведено аналіз управління маркетинговою діяльністю на зовнішніх ринках та проведено SWOT – аналіз маркетингової діяльності підприємства;

визначено конкретні показники, які мають бути враховані при відборі нових зовнішніх ринків;

досліджено потенційні ринки збуту продукції ПАТ «Завод «Південкабель» та побудовано графічну модель вибору нових ринків;

розроблено рекомендації з управління вибором нових ринків для ПАТ «Завод «Південкабель».

Об'єкт дослідження – процес управління вибором нових ринків у зовнішньоекономічній діяльності ПАТ «Завод «Південкабель».

Предметом дослідження є механізм управління вибором нових ринків у зовнішньоекономічній діяльності ПАТ «Завод «Південкабель».

Методичною та інформаційною базою дослідження є: законодавчо – нормативна база України; наукові розробки вітчизняних і зарубіжних вчених з питань міжнародного маркетингу, управління вибором нових ринків у ЗЕД підприємства, менеджменту, стратегічного менеджменту, зовнішньоекономічної діяльності, статистична і фінансова звітність підприємства; матеріали періодичних видань, ресурси мережі Інтернет та ін.

Дипломну роботу викладено на 120 сторінках. Вона складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел з 80 найменувань. Матеріал дипломної роботи проілюстровано 38 таблицями та 23 рисунками.