

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

П о я с н ю в а л ь н а з а п и с к а

до дипломної роботи

М А Г І С Т Р

(освітньо-кваліфікаційний рівень)

на тему: "Формування міжнародної збутової стратегії підприємства"

Виконала: студентка 2 року навчання,

групи 8.06.07.12.01,

спеціальності 8.03050301 "Міжнародна
економіка"

Хабло Г.О.

Керівник: к.е.н., доцент Бестужева С.В..

Рецензент: к.е.н., доцент Огієнко С.О.

РЕФЕРАТ

В сучасних умовах розвитку ринкової економіки одним з факторів ефективного функціонування суб'єктів господарювання є вихід на міжнародні ринки. На даному етапі розвитку світової економіки, коли між підприємствами ведеться конкурентна боротьба за кожного потенційного покупця, важливим аспектом успішного функціонування підприємства є його можливості на даному галузевому ринку. Тому вихід на зовнішні ринки збуту – це перш за все нові можливості для більш швидкого росту, ніж на ринку своєї країни.

При наявності жорсткої конкуренції головна задача міжнародної збутової стратегії – забезпечити завоювання та збереження підприємством значної долі зовнішнього ринку та досягти переваги над конкурентами. Тому формування ефективної міжнародної збутової стратегії стає ключовим чинником успіху будь-якої та забезпечення конкурентоздатності підприємства на зовнішньому ринку.

Значний вклад у дослідження питань щодо розробки класифікації та методів формування міжнародних збутових стратегій внесли такі зарубіжні вчені, як Ассель Г., Діксон П., Ешворта Г., Папірян Г.А., Котлер Ф., Хершген Х. і вітчизняні – Близнюк С.В., Панкрухін А.П., Решетніков І.Г. та інші. В своїх працях вони розглядали питання необхідності реалізації міжнародних збутових стратегій підприємством в сучасних умовах ведення міжнародної діяльності, аналізували передумови і умови формування міжнародних збутових стратегій на попереднього аналізу міжнародної діяльності підприємства та його конкурентних можливостей.

Об'єктом дипломної роботи виступає міжнародна збутова діяльність підприємства УБТОВ «Пірана».

Предметом дослідження є теоретико-методичні засади формування та реалізації міжнародної збутової стратегії підприємства.

Метою курсової роботи є розробка заходів щодо формування міжнародної збутової стратегії підприємства.

Для досягнення поставленої мети слід виконати наступні завдання:

а) визначити сутність та проаналізувати існуючі класифікації міжнародних збутових стратегій;

б) визначити особливості формування міжнародної збутової стратегії підприємства;

в) провести економічний аналіз та аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства;

г) проаналізувати зовнішньоекономічну діяльність підприємства;

д) проаналізувати існуюче організаційне забезпечення формування міжнародної збутової стратегії підприємства та розробити рекомендації щодо його удосконалення;

е) розробити математичну модель вибору міжнародної збутової стратегії підприємства;

ж) розробити рекомендації щодо маркетингового забезпечення ефективної реалізації міжнародної збутової стратегії підприємства;

з) розробити заходи з охорони праці та безпека в надзвичайних ситуаціях на підприємстві.

Основні методи дослідження: системне та комплексне дослідження, системний аналіз, статистичні методи, методи фінансового та економічного аналізу.

Інформаційна база дослідження: законодавча та нормативна база України, підручники та монографії українських та зарубіжних авторів з теми дослідження, періодичні та спеціальні видання, звітність підприємства.

Новизна одержаних результатів полягає у розробці комплексу організаційно-економічних заходів з формування та ефективної реалізації міжнародної збутової стратегії УБ ТОВ «Пірана».