

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра міжнародних економічних відносин

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття кваліфікаційного рівня бакалавра
зі спеціальності 6.030503 міжнародна економіка

**Стратегія виходу підприємства на міжнародний ринок (на прикладі проекту
ТОВ «Центр Виставкових Технологій» «Ювелірний Салон»)**

Виконавець:

Студенка 4 курсу, групи 44а

Давидчук Ганна Ігорівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., старший викладач кафедри МЕВ

Сукач Ольга Олексіївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Підприємство, добре влаштувавшись на національному ринку, неминуче замислюється про перехід на міжнародний ринок, оскільки національний ринок не відповідає попиту можливостей компанії. Однією з цілей є поділ Ризику діяльності, розширення сфер та отримання більшого прибутку способом залучення нових покупців. Саме цим обумовлюється актуальність теми дослідження моєї дипломної роботи.

Новими проблемами, пов'язаними з істотними зрушеннями в політичній і економічній ситуації в країні, стали виникнення найсильнішої конкуренції, зміни поведінки споживачів і т.п. Якщо в кінці минулого століття більшість вітчизняних фірм вживало кроки захисного характеру, що дозволяють їм вижити, то в останні роки пріоритети стали іншими, на перший план висунулися мети зростання компаній, в тому числі вихід на міжнародні ринки. Тому для будь-якої фірми, яка бажає включитися в міжнародні економічні відносини, першочерговим завданням стає забезпечення успішного виходу на зовнішній ринок. У зв'язку з цим для фірми стає необхідним звернення до методів міжнародного маркетингу. І оскільки маркетинг ставить у центр уваги споживача, вся робота підприємства, що використовує принципи і методи маркетингу, спрямована на підпорядкування виробництва інтересам споживача. Організуючи маркетингову діяльність в своїй фірмі, її керівники застосовують певну стратегію маркетингу. Стратегії виходу на ринок певної країни з певним товаром є однією з найбільш поширених стратегій міжнародного маркетингу. Залежно від прийнятої стратегії формуються заходи маркетингових програм.

Зовнішньоторговельні операції мають бути ефективними, адже головна мета ведення будь-якої підприємницької діяльності – отримання прибутку, а підприємства часто зазнають збитків саме через відсутність детального аналізу ефективності їхньої діяльності. Це робить академічні дослідження з проблем ефективності злободенними.

Мета дослідження. дослідження стратегії виходу на зовнішній ринок ТОВ «Центр Виставкових Технологій» і аналізу зовнішньоекономічної діяльності даного підприємства після її впровадження та порівняння його результатів. періодом до впровадження такої стратегії; все це із врахуванням теоретичних видів стратегій, розроблених іноземними вченими, можливих факторів впливу на розробку стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок та діяльність фірми на такому ринку, а також методик аналізу зовнішньоекономічної діяльності підприємства, та виявлення можливих шляхів оптимізації розробленої стратегії та окремих її елементів виходячи з проведеного дослідження.

Завдання дослідження:

- Зазначити економічний зміст стратегій підприємства при виході на міжнародні ринки
- Надати характеристику факторам, що визначають розвиток стратегії підприємства при виході на зовнішні ринки

- Розкрити сутність науково-методичні підходів щодо оцінювання та вибору стратегій розвитку підприємства при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності
- Провести дослідження зовнішньої торгівлі підприємства ТОВ «Центр виставкових технологій» «Ювелірний салон»
- Проаналізувати економічні фактори впливу на зовнішньоторговельну діяльність ТОВ «Центр виставкових технологій» «Ювелірний салон»
- Виконати стратегічний аналіз діяльності ТОВ «Центр виставкових технологій» «Ювелірний салон» на міжнародних ринках
- Визначити, за яких методів можна провести диверсифікацію зовнішніх ринків підприємства ТОВ «Центр виставкових технологій» «Ювелірний салон» за рахунок маркетингової стратегії
- Удосконалити стратегічну діяльність ТОВ «Центр виставкових технологій» «Ювелірний салон» на міжнародних ринках за допомогою інструментарію бенчмаркінгу

Об'єктом дослідження даної кваліфікаційної роботи є процес формування стратегічних напрямків проникнення на зовнішні ринки підприємства «Центр Виставкових Технологій».

Предметом дослідження є організаційні та економічні заходи удосконалення стратегічних напрямків виходу підприємства на зовнішній ринок.

Методи дослідження. Методологічну основу дослідження становлять наукові розробки вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів. При написанні дипломної роботи були використані наступні методи дослідження: загальнонаукові методи: синтез, аналіз, порівняння, абстрагування, конкретизація, індукція та дедукція, а також спеціальні методи наукових досліджень: методи економічного аналізу, метод логічного узагальнення, табличні методи, абстрактно-логічний і системно-структурний аналіз; порівняльний аналіз і групування; розрахунково-аналітичний метод.

Інформаційна база дослідження Для написання роботи було використано такі джерела інформації як навчальні посібники, підручники, монографії, публікації у періодичних виданнях, матеріали звітності підприємств, електронні ресурси. Також довідковою базою є нормативно-правові акти України, аналітичні та статистичні матеріали ТОВ «Центр Виставкових Технологій».

Публікації. За результатами роботи опубліковано статтю Давидчук А., Сукач О. О. Економічний зміст стратегій при виході підприємства на зовнішні ринки / А. Давидчук, О. О. Сукач // Матеріали студентської науково-практичної конференції «Минуле, Сучасне, Майбутнє», Випуск 9 (м. Одеса, 9 квітня 2019 р.) / Одеський національний економічний університет. – Одеса: ОНЕУ, 2019. – С. 255-258.

Структура та обсяг роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку літератури та додатків. Загальний обсяг роботи складає 77 сторінок. Робота включає 20 таблиць, 7 рисунків, 5 додатків та список використаних джерел, який складає 59 найменувань.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретичні та методичні положення стратегій виходу підприємства на міжнародні ринки»* досліджено економічний зміст стратегій підприємства при виході на міжнародні ринки, систематизовано основні фактори, що визначають розвиток стратегії підприємства при виході на зовнішні ринки, узагальнено Науково-методичні підходи щодо оцінювання та вибору стратегій розвитку підприємства при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності і детально розглянуті показники ефективності зовнішньоторговельної діяльності.

У другому розділі *«Аналіз стратегій зовнішньоторговельної діяльності підприємства ТОВ «Центр Виставкових Технологій» «Ювелірний Салон»»* досліджено зовнішньої торгівлі підприємства ТОВ «Центр виставкових технологій» «Ювелірний салон» та економічні фактори впливу на результати його діяльності за рахунок проведення SWOT-аналізу, розраховані показники ефективності експорту, імпорту підприємства ТОВ «Центр Виставкових Технологій» за 2016-2018 роки б проаналізовано економічні фактори впливу на зовнішньоторговельну діяльність ТОВ «Центр виставкових технологій» «Ювелірний салон» і надано оцінку діяльності ТОВ «Центр виставкових технологій» «Ювелірний салон» на міжнародних ринках

У третьому розділі *«Удосконалення стратегічних напрямів діяльності підприємства ТОВ «Центр Виставкових Технологій» «Ювелірний Салон на зовнішніх ринках»»* запропоновано напрями та розроблено рекомендації щодо винаходження найкращої стратегії для покращення зовнішньоторговельної діяльності ТОВ «Центр Виставкових Технологій».

ВИСНОВКИ

У роботі проведено аналіз теоретичних та методичних положень стратегій виходу підприємства на міжнародні ринки, проведено економічний аналіз стратегій зовнішньоекономічної діяльності ТОВ «Центр Виставкових Технологій», економічні фактори впливу на зовнішньоекономічну діяльність підприємства, та розроблені стратегічні напрями удосконалення стратегічних напрямів діяльності підприємства.

За результатами наукового дослідження, проведеного у даній роботі, можна зробити такі висновки:

1) Визначено, економічний зміст стратегій підприємств при виході на міжнародні ринки, основні шляхи виходу підприємства на зовнішній ринок з точки зору процесу обслуговування ринку, рівня інвестицій і ступеня контролю за процесом та на графічно пояснено побудування різних методів аналізу ефективності підприємницької стратегії.

2) Окреслено, що на підвищення ефективності зовнішньоторговельної діяльності підприємства в одній мірі впливають як екзогенні, так і ендогенні фактори. Кожне підприємство самостійно здійснює їх оцінку та аналіз з метою підвищення ефективності показників ЗЕД.

3) Розглянуто, систематизовано та наведено методичні підходи щодо оцінювання ефективності стратегії виходу підприємства на міжнародний ринок.

4) Проаналізовано, що ТОВ «Центр Виставкових Технологій» спеціалізується на організації виставок за наступних видів: будівництва заміської нерухомості та благоустрою прилеглих територій, ресторанно-готельного бізнесу, дизайну та інтер'єру, передового досвіду і нових технологій в галузі транспорту, портового господарства, логістики, гідротехнічного будівництва та підйомно-транспортного устаткування, транспортно-логістичної інфраструктури зернового ринку, електроенергетичної галузі, Інноваційному розвитку сільськогосподарських підприємств та розвиток агро-логістики, ювелірних прикрас. Визначено, що у рамках виставці «Ювелірний Салон» експортуються та імпортуються такі товари: вироби з золоту, з діамантами, з срібла та з дорогоцінного каміння. Визначено відповідно до розрахунків, що у 2017 році на підприємстві спостерігається сприятлива тенденція до зменшення чистого доходу на 27600 тис. грн., а питомої вага експорту в загальному обсязі – на 6 п.п. у порівняння з показниками 2016 року, що свідчить про низький рівень ефективності діяльності експорту на підприємстві. Визначено завдяки матриці БКГ, що найбільш рентабельним експортним виробом є вироби з золотом, але найбільший потенціал зараз належить виробам з діамантів. Виявлено, що компанії потрібно орієнтуватись на експорт цих виробів та диференціювати потік експорту по товарах з срібла та коштовних камінь.

5) На прикладі підприємства ТОВ «Центр Виставкових Технологій» було досліджено вплив зовнішніх та внутрішніх чинників на рівень ефективності зовнішньоторговельної діяльності шляхом використання SWOT-аналізу. Виявлено наступні загрози: недоліки в рекламній політиці. Недолік у використанні сучасних технологій, зміна курсів валют, зниження рівня платоспроможності населення, кризові явища в економіці України, країнах ЄС і Світу.

6) Відповідно до розрахунків, на підприємстві спостерігається несприятлива тенденція до зниження показників ефективності діяльності, що потребує пошук комплексу потенційних резервів удосконалення вектору міжнародної та національної діяльності підприємства та рівня її ефективності.

7) Визначено, що диверсифікацію зовнішніх ринків підприємства ТОВ «Центр виставкових технологій» «Ювелірний салон» за рахунок маркетингової стратегії можна провести через адаптацію маркетингової стратегії для міжнародного ринку та більшу кількість виділених коштів на її розвиток. Також, було виявлено що участь у міжнародних конференціях та на сипозиумах приведе компанію до кращої впізнаваності на міжнародному ринку.

8) Запропоновано наступні стратегічні напрямки удосконалення стратегії виходу на міжнародний ринок: використання надано рекомендації щодо використання стратегії міжнародного бенчмаркінгу на прикладі міжнародної виставкової компанії Messe Frankfurt, та виявлено найсильніші сторони та можливості співіснування на міжнародному ринці завдяки копіювання стратегії компанії. Виявлено, що через кризові ситуації в країні та нестабільність у економіці та політиці, компанії стати міжнародною буде надзвичайно трудно.

АНОТАЦІЯ

Давидчук Ганна Ігорівна, Стратегія виходу підприємства на міжнародний ринок (на прикладі проекту ТОВ "Центр Виставкових Технологій" "Ювелірний Салон") випускна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 6.030503 «Міжнародна економіка», Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2019.

Випускна робота складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – процеси вибору стратегій розвитку виставкової компанії ТОВ «Центр Виставкових Технологій» на міжнародних ринках.

У роботі розглядаються теоретичні основи та методичні положення дослідження Стратегії виходу підприємства на міжнародний ринок, систематизовано основні фактори, що визначають успіх стратегії виходу підприємства, наведено методи оцінювання ефективності маркетингових стратегій виходу на зовнішній ринок.

Проаналізовано чинники, що впливають на результати діяльності ТОВ «Центр Виставкових Технологій» при виході на зовнішні ринки (за допомогою інструменту SWOT-аналіз), проведено аналіз експортної діяльності підприємства, проаналізовано показники ефективності імпоротної та експортної діяльності підприємства ТОВ «Центр Виставкових Технологій»

Запропоновано основні напрями змін щодо стратегії виходу на зовнішні ринки ТОВ «Центр Виставкових Технологій» за рахунок диверсифікації зовнішніх ринків підприємства шляхом удосконалення технологічної складової, удосконалення інструментів маркетингу, освоєння нових ринків.

Ключові слова: Стратегія виходу підприємства на міжнародний ринок, експорт, ефективність стратегій виходу на міжнародний ринок, показники ефективності стратегічної діяльності, міжнародна конкурентоспроможність.

ANNOTATION

Davydchuk Anna Ihorivna, Strategy of the company's exit to the international market (on the example of the project LTD "Center of Exhibition Technologies" "Jewelry Salon") on the receipt of educationally qualifying level of bachelor of speciality 6.030503 "International economics", Odessa national economic university. - Odesa, 2019

Thesis consists of three chapters. Object of study is the processes of foreign trade activity of the LTD "Center of Exhibition Technologies".

The article deals with the theoretical bases and methodological provisions of the research of the Strategy of the company's output on the international market, the main factors determining the success of the exit strategy of the enterprise are systematized, methods for evaluating the effectiveness of marketing strategies for entering the foreign market are systematized.

The factors influencing the results of activity of Center of Exhibition Technologies Ltd at the entrance to foreign markets (using SWOT-analysis tool) were analyzed, the analysis of the export activity of the enterprise was carried out, the indicators of the efficiency of import and export activity of the enterprise of "Center of Exhibition Technologies" Ltd. were analyzed.

The main directions of changes in the strategy of entering the external markets of "Exhibition Center" Ltd. are offered due to diversification of the external markets of the enterprise by improving the technological component, improving the marketing tools, development of new markets.

Key words: strategy of the company's exit to the international market, export, efficiency of strategies of entering the international market, indicators of strategic activity efficiency, international competitiveness