

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра міжнародних економічних відносин

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 8.05056 Міжнародні економічні відносини
(шифр та найменування спеціальності)
за магістерською програмою професійного спрямування
Зовнішньоекономічна діяльність підприємств (організацій)
(назва магістерської програми)

на тему: «Стратегічні напрями виходу підприємства на зовнішній ринок
(на прикладі ТОВ «Телекомунікаційні технології»»
(назва теми)

Виконавець:

студент 64 групи факультету

Міжнародної економіки

Мажеру Богдан Юрійович

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., викладач

(науковий ступінь, вчене звання)

Сукач Ольга Олексіївна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми полягає в зростаючому інтересі вітчизняних фірм до виходу на зовнішні ринки з метою збільшення прибутків та розподілення ризиків від своєї господарської діяльності.

Мета дослідження є дослідження стратегії виходу на зовнішній ринок ТОВ «Телекомунікаційні технології» і аналізу зовнішньоекономічної діяльності даного підприємства після її впровадження та порівняння його результатів з базовим роком, тобто відповідним 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:

- розкрити економічну сутність та види стратегій виходу підприємства на зовнішній ринок;
- систематизувати фактори впливу на формування стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок;
- дослідити методичні підходи до оцінювання та вибору стратегій виходу підприємства на зовнішні ринки;
- проаналізувати сучасний стан зовнішньоторговельної діяльності ТОВ «Телекомунікаційні технології»;
- оцінити стратегії виходу ТОВ «Телекомунікаційні технології» на зовнішній ринок;
- запропонувати перспективні напрямки оптимізації стратегії виходу ТОВ «Телекомунікаційні технології» на зовнішній ринок.

Об'єктом дослідження даної кваліфікаційної роботи є процес формування стратегічних напрямків проникнення на зовнішні ринки підприємства.

Предмет дослідження: організаційні та економічні заходи удосконалення стратегічних напрямків виходу підприємства на зовнішній ринок.

Методи дослідження аналіз та синтез, індукції та дедукції, абстрактно-логічний метод, метод узагальнення та класифікації, економічного аналізу, графічний метод, індексний факторний аналіз, метод стратегічного аналізу – матриця БКГ.

Інформаційна база дослідження наукові посібники таких авторів, як М. Валла, Ю. І. Данько, М. І. Дідківський, І. Дул, Ю. Г. Козак, Р. Лов, І. Л. Літовченко, А. М. Михайлов, Л. І. Михайлова, Р. Моборн, К. Портер, С. Смичок, П. Ж. Торнбул, Д. Форд, Т. М. Циганкова, О. Ю. Юрченко, К. Чан та ін.; наукові статті К. Боумена, М. Т. Каннінгема, С. Махазоманана, Л. П. Міарисоа, Ф. Равеломани, К. Пржигоди, Л. Яна; офіційна документація ТОВ «Телекомунікаційні технології», нормативні документи, аналітичні та статистичні матеріали.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (52 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 101 сторінку. Основний зміст викладено на 91 сторінках. Робота містить 12 таблиць, 8 рисунків.

Публікації. Основні положення та результати дослідження доповідались автором та схвалені на наступних конференціях: Сучасні стратегії виходу на зовнішній ринок: стратегія синього океану // Пріоритети сучасної науки (частина I): матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, Київ, 2017; Проблеми застосування стратегії виходу на зовнішній ринок малими та середніми підприємствами // “Досягнення і проблеми сучасної економічної науки”: матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції економічного спрямування, Тернопіль, 2017; Фактори впливу на розробку стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок // Двадцять перші економіко-правові дискусії: матеріали міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, Львів, 2017.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретико-методичні основи дослідження стратегій виходу підприємства на зовнішній ринок»* визначено економічну сутність і види стратегій виходу підприємства на зовнішній ринок, фактори впливу на формування стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок, досліджено методичні підходи до оцінювання та вибору стратегій виходу підприємства на зовнішні ринки.

У другому розділі *«Аналіз виходу на зовнішній ринок ТОВ «Телекомунікаційні технології»* проведено аналіз сучасного стану зовнішньоторговельної діяльності ТОВ «Телекомунікаційні технології», аналіз економічних факторів та проблем впливу на стратегії виходу на зовнішні ринки ТОВ «Телекомунікаційні технології», здійснено оцінку стратегії виходу ТОВ «Телекомунікаційні технології» на зовнішній ринок.

У третьому розділі *«Перспективні напрямки оптимізації стратегій виходу ТОВ «Телекомунікаційні технології» на зовнішній ринок»* запропоновано організаційні заходи оптимізації стратегій виходу на зовнішні ринки ТОВ «Телекомунікаційні технології» та удосконалення оцінки та перевірки на зовнішньоекономічні стратегії ТОВ «Телекомунікаційні технології».

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. За результатами аналізу економічного стану підприємства після розробленої стратегії виходу на зовнішній ринок спостерігається загальна позитивна тенденція до покращення фінансового становища підприємства, що проявляється у зростанні прибутковості підприємства, обсягів виробництва та реалізації експортованої продукції.

2. Розроблена підприємством стратегія становила поєднання стратегій доступності та безпеки (Каннінгема М.Т.) та завоювання або розширення частки ринку; шлях виходу – прямий експорт. У зв'язку з тим, що був обраний такий шлях виходу на зовнішній ринок, як прямий експорт (тобто не вбачалась

безпосередня присутність філій підприємства на території приймаючих країн), фірма отримала змогу співпрацювати одразу з декількома найбільш вигідними ринками, у тому числі ЄС та Сполучених Штатів Америки.

3. У той самий час, були знайдені незначні проблемні аспекти, для вирішення яких рекомендуються наступні дії:

- чітко визначити мету та напрямок діяльності фірми на обраних ринках;
- поділити зобов'язання між усіма відділами задля запобігання розпилення сил;
- розробити окремий план дій для кожного ринку, враховуючи національні та культурні особливості;
- впровадити механізми підтримання попиту на продукцію підприємства
- провести більш глибоке дослідження найбільш вигідних іноземних ринків;
- приділити більшій увазі рекламуванню своєї продукції у мережі Інтернет;
- розробити більш сучасний веб-сайт для приваблювання споживачів, в рамках якого клієнти могли би здійснювати замовлення продукції;
- зробити онлайн-тур по виробництвах підприємства задля приваблювання потенційних інвесторів;
- передбачити в стратегії план дій, пов'язаний із різкою зміною валютних курсів відносно гривні;
- розпочати розробку більш нових видів продукції: розширити номенклатуру товарів підприємства у відповідності до попиту, що склався на ринках приймаючих країн;
- впровадити конкурентний бенчмаркінг: дослідити діяльність лідерів на ринку та використати їх досвід зідля покращення бізнес процесів та ефективності діяльності підприємства.

АНОТАЦІЯ

Мажеру Б. Ю., «Стратегічні напрями виходу підприємства на зовнішній ринок (на прикладі ТОВ «Телекомунікаційні технології»)), кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності «8.05056 Міжнародні економічні відносини» за магістерською програмою «Зовнішньоекономічна діяльність підприємств (організацій)», Одеський національний економічний університет м. Одеса, 2018 рік

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – процес формування стратегічних напрямків проникнення на зовнішні ринки підприємства.

У роботі розглядаються теоретико-методичні основи дослідження стратегій виходу підприємства на зовнішній ринок у розрізі економічної сутності і видів, факторів впливу на їх формування, методичних підходів до оцінювання та вибору стратегій виходу підприємства на зовнішні ринки.

Проводиться комплексний економічний аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства на основі абсолютних показників, відносних показників, показників структури та показників ефективності. Здійснено оцінку стратегії виходу підприємства на зовнішні ринки.

Запропоновано організаційні заходи з оптимізації стратегій виходу на зовнішні ринки підприємства. Обгрунтовано необхідність пропозицій щодо удосконалення оцінки та перевірки на зовнішньоекономічні стратегії підприємства.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, стратегія підприємства, вихід підприємства на зовнішній ринок, експорт, імпорт, товарна структура експорту продукції, матриця БКГ, малі та середні підприємства.

ANNOTATION

Mazheru B.Y., «Strategic directions of foreign market entry (considering «Telecommunication technologies ltd.» as an example) », thesis for attaining of Master's degree in specialty «8.05056 International economic relations» under the program «Foreign economic activity of enterprises (organizations)», Odesa National Economic University Odesa, 2018

This thesis consists of three chapters. Object of study is the process of formation of strategic directions of foreign market entry of the enterprise.

Thesis deals with the theoretical and methodological foundations of the research of the foreign market entry strategies in the context of economic essence and types of such strategies, factors that influence their formation, methodical approaches to the evaluation and choice of foreign market entry strategies.

The analysis of foreign economic activity in the context of absolute and relative indicators, structure and efficiency indicators was conducted. Assessment of the foreign market entry strategy of the company was made.

Suggestions: to implement organizational measures to optimize development of foreign market entry strategies of the company and ways to improve its assessment and validation.

Keywords: foreign economic activity, strategy of enterprise, foreign market entry, export, import, commodity structure of exports, BCG matrix, small and medium enterprises.