

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра міжнародних економічних відносин

РЕФЕРАТ  
кваліфікаційної роботи  
на здобуття  
освітнього ступеня бакалавра  
зі спеціальності 292 Міжнародні економічні відносини  
за освітньою програмою «Міжнародна економіка»

**«УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ПРОМИСЛОВОГО  
ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІ РИНКИ (НА ПРИКЛАДІ ПАТ  
«ОДЕСКАБЕЛЬ»)»**

**Виконав:** студент 4 курсу ФМЕ, гр. 3  
Гараєв Анар Гуммет-Огли \_\_\_\_\_  
(підпис)

**Науковий керівник:**  
старший викладач кафедри МЕВ  
Гусенко Ольга Сергіївна \_\_\_\_\_  
(підпис)

Одеса – 2022

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ.

**Актуальність теми.** В умовах зростаючих темпів глобалізації світової спільноти, посилення конкуренції, нестабільності розвитку внутрішнього ринку України та його маркетингового середовища важливим завданням підприємств є просування продукції на зовнішній ринок. Вітчизняні промислові підприємства сьогодні досягли такого рівня розвитку, коли їхній досвід, репутація і продукція легко можуть бути перенесені на іноземний ринок. У зв'язку з цим виникає необхідність розробки стратегії здійснення експансії підприємств на ринки, що знаходяться за межами країни.

Вихід промислових підприємств на зовнішні ринки сприяє використанню переваг, які пов'язані з місткістю зарубіжних ринків, їхніх ресурсних особливостей; збільшенню обсягів виробництва і збуту продукції та отриманню прибутку; формуванню позитивного іміджу та прихильності до продукції фірми.

Наразі вихід підприємств на зовнішні ринки є однією з важливих умов економічного зростання будь якої країни, що було відзначено у Експортній стратегії України на 2017-2021 роки. Згідно цієї стратегії, основний вектор розвитку експортної діяльності промислових підприємств спрямовується на інноваційну та високотехнологічну та наукомістку продукцію. Відповідно до Експортної стратегії експорт високотехнологічної продукції, є пріоритетним завданням для розвитку економіки та міжнародних зв'язків України загалом.

До високотехнологічних та наукомістких галузей виробництва відноситься, зокрема, і кабельно-провідникова промисловість. В двадцять першому столітті роль та значення кабельно-провідникової галузі в економіці різко зростає у зв'язку з тим, що більшість високих технологій та виробництво наукомісткої продукції неможливі без збільшення обсягів виробництва такої продукції та відповідно збільшення її експорту.

Оскільки кабельно-провідникова промисловість є одним з драйверів економічного зростання та оновлення, то аналіз сучасної стратегії виходу промислового підприємства цієї галузі є достатньо актуальним науково-практичним завданням.

**Мета і завдання кваліфікаційної роботи.** Головною метою дослідження є аналіз стратегії виходу ПАТ «Одескабель» на зовнішні ринки та розробка пропозицій щодо її удосконалення.

Для реалізації поставленої мети потрібно вирішити наступні завдання:

- визначити сутність та особливості дослідження стратегії виходу підприємств на зовнішні ринки;
- систематизувати чинники впливу на вибір стратегії виходу промислового підприємства на зовнішні ринки;

- обґрунтувати методи аналізу стратегій виходу підприємства на зовнішні ринки;
- надати загальну організаційно-економічну характеристику ПАТ «Одескабель»;
- провести аналіз чинників впливу на вибір стратегії виходу ПАТ «Одескабель» на зовнішні ринки;
- здійснити SWOT- та PEST-аналіз ПАТ «Одескабель»;
- проаналізувати ефективність стратегії виходу ПАТ «Одескабель» на зовнішні ринки;
- запропонувати напрями підвищення ефективності експортної діяльності як чинника удосконалення стратегії виходу ПАТ «Одескабель» на зовнішні ринки;
- запропонувати ПАТ «Одескабель» нову стратегію виходу на ринок Об'єднаних Арабських Єміратів.

**Об'єктом дослідження** є процес розробки стратегії виходу ПАТ «Одескабель» на зовнішні ринки.

**Предметом дослідження** виступають теоретико-методологічні та організаційно-економічні рішення з розробки стратегії виходу ПАТ «Одескабель» на зовнішні ринки та пропозицій щодо її удосконалення.

**Методи дослідження.** Теоретичною і методологічною основою проведених досліджень стали наукові концепції, теоретичні розробки провідних вітчизняних і закордонних вчених щодо розробки стратегій виходу промислового підприємства на зовнішні ринки. Для досягнення поставленої мети і вирішення завдань дослідження в роботі використано такі загальнонаукові та спеціальні методи дослідження: абстрактно-логічний метод, системний підхід, методи аналізу і синтезу – для удосконалення змістовного визначення стратегії виходу підприємства на зовнішні ринки, її понятійного базису та теоретичного підґрунття; графічний метод – для візуалізації отриманих результатів; методи багатофакторного статистичного аналізу, зокрема багатофакторний регресійний аналіз – для виявлення факторів зовнішнього та внутрішнього середовищ, що впливають розробку стратегії виходу ПАТ «Одескабель» на зовнішні ринки, розроблення матриці впливу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, а також оцінювання та аналізу тенденцій розвитку експортної діяльності ПАТ «Одескабель»; моделі кривих росту – для прогнозу показників ефективності експортної діяльності ПАТ «Одескабель»; методи економіко-математичного аналізу, зокрема метод ABC- та XYZ- аналізу – для оцінювання ефективності товарної структури експортної діяльності ПАТ «Одескабель».

**Інформаційна база дослідження.** Для підготовки кваліфікаційної роботи бакалавра використовувалися наукові-практичні надбання вітчизняних та

зарубіжних вчених-економістів, серед яких особливо доцільно виокремити: Агагабаєва М.С. , Винокурова В.А., Довженко Г.В., Морозову А.С., Балажун О.Ю. та інших.

Інформаційно-довідковою базою є нормативно-правові акти України, матеріали науково-практичних конференцій, аналітичні та статистичні матеріали ПАТ «Одескабель», а також різноманітні електронні ресурси.

Публікації та апробація результатів дослідження. За результатами виконання кваліфікаційної роботи бакалавра була прийнята участь у Міжнародній науково-практичній конференції та опублікована наступна стаття: Гараєв А., Гусенко О. Сутність та особливості дослідження стратегії виходу промислових підприємств на зовнішні ринки // *Advancing in research, practice and education. Proceedings of the IX International Scientific and Practical Conference. Florence, Italy. 2022. Pp. 27-35. URL: <https://isg-konf.com/advancing-in-research-practice-and-education/>. Available at: DOI: 10.46299/ISG.2022.IX*

**Структура роботи:** кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 86 сторінок. Робота містить 25 таблиць та 11 рисунків.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІ РИНКИ» визначено сутність та особливості дослідження стратегії виходу підприємств на зовнішні ринки. Систематизуються чинники впливу на вибір стратегії виходу промислового підприємства на зовнішні ринки. Обґрунтовані методи аналізу стратегій виходу підприємства на зовнішні ринки.

У другому розділі «АНАЛІЗ СУЧАСНОЇ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ПАТ «ОДЕСКАБЕЛЬ» НА ЗОВНІШНІ РИНКИ» надано загальну організаційно-економічну характеристику ПАТ «Одескабель». Проведено аналіз чинників впливу на вибір стратегії виходу ПАТ «Одескабель» на зовнішні ринки. Здійснено SWOT- та PEST-аналіз ПАТ «Одескабель». Проаналізовано ефективність стратегії виходу ПАТ «Одескабель» на зовнішні ринки.

У третьому розділі «ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ПАТ «ОДЕСКАБЕЛЬ» НА ЗОВНІШНІ РИНКИ» запропоновано напрями підвищення ефективності експортної діяльності як чинника удосконалення стратегії виходу ПАТ «Одескабель» на зовнішні ринки. Запропоновано ПАТ «Одескабель» нову стратегію виходу на ринок Об'єднаних Арабських Єміратів.

## ВИСНОВКИ:

За результатами дослідження, зробленого в кваліфікаційній роботі бакалавра, було визначено, що стратегія виходу підприємства на зовнішній ринок – це інституційна форма присутності та функціонування компанії на певному зарубіжному ринку, яка створюється для досягнення стратегічних цілей підприємства. Існують наступні основні стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок: експортні стратегії (прямого, непрямого та спільного експорту); контрактні стратегії (контрактного виробництва, ліцензування, франчайзингу, організація спільного підприємства або стратегічного союзу); інвестиційні стратегії (злиття, придбання, інвестування з нуля).

Було визначено, що вибір промисловим підприємством стратегії виходу промислового підприємства на міжнародні ринки обумовлений багатьма чинниками впливу, які можна розділити на дві великі групи: внутрішні чинники (розмір підприємства, досвід діяльності на зовнішньому ринку, фінансова спроможність підприємства, рівень НДДКР, особливості продукту та ін.) і зовнішні чинники (соціокультурні відмінності між країною експортера та країною перебування, ризик ведення бізнесу у чужій країні, розмір та темпи зростання ринку, прямі та непрямі торгові бар'єри, інтенсивність конкуренції, наявність відповідних експортних посередників та ін.).

В роботі були узагальнені стратегії виходу підприємства на зовнішні ринки, які можна здійснювати за допомогою різних методів. Найбільш поширеними методами є: метод SWOT (аналіз слабких та сильних сторін підприємства, а також можливостей та загроз); метод PEST (аналіз таких факторів зовнішнього середовища, як політика, економіка, соціум і технології); модель 4P (аналіз продукту, його ціни, місця продажу та особливостей просування на ринку); модель п'яти конкурентних сил Портера; модель Бостонської консалтингової групи; модель Ансоффа. Практичне використання даних методів дозволяє підприємству обрати оптимальну стратегію виходу на зовнішній ринок та ефективно здійснювати свою зовнішньоекономічну діяльність.

За результатами аналізу, зробленого у кваліфікаційній роботі бакалавра, була здійснена організаційно-економічна характеристика ПАТ «Одескабель», згідно з якою були зроблені наступні висновки:

- За останні п'ять років на підприємстві валюта балансу зросла на 352354 тис. грн. або на 39,24%. Такого зростання було досягнуто за рахунок зростання як необоротних активів (+183433 тис. грн. або +49,51%), так і оборотних активів (+168921 тис. грн. або +32,02%). Окрім того, такого зростання було досягнуто за рахунок зростання вартості власного капіталу на 96853 тис. грн. або на 28,24% та поточних зобов'язань на 385897 тис. грн. або 100,57%. Водночас за цей період спостерігалось суттєве скорочення вартості довгострокових

- зобов'язань на 130396 тис. грн. або на 76,1%.
- Дещо інша ситуація на підприємстві спостерігалася в 2021 році порівняно з 2020 роком, коли вартість валюти балансу скоротилася на 12287 тис. грн. або на 0,97%. Таке скорочення було обумовлене зниженням вартості необоротних активів на 15059 тис. грн. або 2,68%. При цьому вартість оборотних активів зросла на 2772 тис. грн. або на 0,4%. Скорочення вартості валюти балансу було також обумовлене скороченням вартості зобов'язань на 39391 тис. грн., у тому числі скороченням вартості поточних зобов'язань на 22244 тис. грн. або на 2,81% та скороченням вартості довгострокових зобов'язань на 17147 тис. грн. або на 29,51%. При цьому вартість власного капіталу зросла на 27104 тис. грн. або на +6,57%.
  - Зазначимо, що оптимальна структура валюти балансу являє собою певне співвідношення необоротних та оборотних активів або власних і позикових джерел, за якого максимізується ринкова вартість суб'єкта господарювання. Згідно з аналізом в структурі активів перевищує частка оборотних активів – в динаміці вона має тенденцію до скорочення, що є негативним моментом – за 5 років вона скоротилася на 3,04%. Перевищення частки оборотних активів над необоротними свідчить про більш високу мобільність майна підприємства, оборотні активи характеризуються більш високою ліквідністю. Натомість частка необоротних активів зростає, що свідчить про зменшення мобільності майна. Проте в 2021 році порівняно з 2020 роком частка необоротних активів скоротилася, а оборотних – зросла.
  - Структура пасивів засвідчує, що в 2017-2021 роках переважали поточні зобов'язання, на які припадало в різні роки від 38 до 62% усієї вартості пасивів. За останні п'ять років їх частка зросла на 18,82% і склала 61,55% в 2021 році. Значно скоротилася за цей період частка довгострокових зобов'язань – на 15,8%. При цьому в 2021 році загальна частка позикових зобов'язань склала 64,83%. Частка власного капіталу в структурі пасивів за п'ять років скоротилася на 3,02%. Зауважимо, що в теорії менеджменту відсутні рекомендації щодо оптимальної структури пасивів – можливий варіант розвитку підприємства за рахунок власного капіталу, але є і переваги при розвитку за рахунок позикового капіталу. Ефективність використання капіталу залежать від стадії розвитку компанії, галузевої специфіки бізнесу. При встановленні оптимальної структури керують найчастіше критерієм мінімізації його вартості.
  - Про розмір підприємства свідчить також і обсяги та динаміка отриманих доходів підприємства. Так, у 2021 році порівняно з 2017 роком обсяги доходів підприємства зросли на 549203 тис. грн. або на 41,47%. Цього було досягнуто за рахунок зростання чистого доходу від реалізації продукції на 537445 тис. грн. або на 44,35%. При цьому також зросли і інші операційні доходи на

16794 тис. грн. або на 22,08%, але скоротилися інші фінансові доходи на 5036 тис. грн. або на 13,74%. З наведених даних можна зробити висновок про те, що підприємство отримувало досить високий показник чистого прибутку в 2017-2018 роках – на рівні 59-65 млн. грн. Проте в подальшому спостерігається активне скорочення обсягів чистого прибутку – зокрема в 2019 році вони скоротилися до 13845 тис. грн., але піднялися в 2020 році до 17717 тис. грн. Найгіршими вони були в 2021 році, коли було отримано чистий збиток на рівні 27104 тис. грн. Зазначимо, що така ситуація обумовлена досить високим рівнем витрат на виробництво, активним зростанням інших витрат та скороченням інших доходів.

- З наведених даних можна зробити висновок про те, що на підприємстві спостерігається досить висока рентабельність продукції, але в динаміці вона скоротилася за 5 років на 5,87%. Зростання за цей період спостерігалось лише по рентабельності витрат. Найбільше скорочення за 5 років спостерігалось по рентабельності власного капіталу – 23,45% та рентабельності активів – 8,77%. По цим же показникам спостерігалось скорочення і порівняно з 2020 роком. Таким чином, ефективність діяльності ПАТ «Одескабель» поступово погіршується.

В роботі було зазначено, що на вибір стратегії виходу ПАТ «Одескабель» на зовнішні ринки впливають зовнішні та внутрішні чинники. Було проаналізовано зовнішні чинники впливу за допомогою PEST-аналізу та зазначено, що по-перше, найбільший позитивний вплив мають такі складові макросередовища як забезпечення кадровим потенціалом та кваліфікованими фахівцями підприємство за допомогою співпраці з низкою великих навчальних закладів (+7,2) та запровадження досягнень науки і техніки у виробництво кабельної продукції (+8,1); по-друге, найбільший негативний вплив надають рівень інфляції (-4) та недосконала та складна податкова система, що призводить до встановлення високих цін на продукції та вимивання обігових коштів підприємства (-1,5). Також в розділі був здійснений SWOT-аналіз ПАТ «Одескабель»

В роботі були проаналізовані на ПАТ «Одескабель» обсяги проведення зовнішньоекономічних операцій в динаміці та зазначено, що за останні п'ять років активно зростали. Якщо в 2017 році вони склали 426182 тис. грн., то в 2021 році вони зросли на 262021 тис. грн. або на 61,48% і склали вже 688203 тис. грн. При цьому зростання відбувалося за рахунок збільшення як експортних так і імпортних операцій. Зокрема обсяги експорту на підприємстві зросли на 220041 тис. грн. або на 62,84%, а обсяги імпорту вирости на 41980 тис. грн. або на 55,24%. Підприємство мало позитивне сальдо зовнішньоекономічної діяльності, що свідчить про перевищення експортних операцій над імпортними.

Зазначимо, що в 2021 році порівняно з 2020 роком підприємство почало відчувати наслідки економічної кризи в світі в результаті пандемії коронавірусної інфекції. В результаті цього обсяги зовнішньоекономічних операцій порівняно з

2020 року скоротилися на 127450 тис. грн. або на 15,63%, у тому числі за рахунок скорочення експортних операцій на 98370 тис. грн. або на 14,71% та за рахунок скорочення імпорتنих операцій на 29080 тис. грн. або на 19,77%. При цьому позитивне сальдо зовнішньоекономічних операцій скоротилося на 13,29%. Проведені розрахунки засвідчили, що в структурі зовнішньоекономічних операцій ПАТ «Одескабель» переважають експортні операції, на які припадає більше 80% усіх операцій зовнішньоекономічної діяльності. В динаміці ця частка поступово зростає.

За останні п'ять років ПАТ «Одескабель» найбільше зосереджувало увагу на експорті волоконно-оптичних кабелів (експорт яких зріс на 57699 тис. грн. або на 74,29%), радіочастотних та спеціальних кабелях (поставки якого збільшилися на 50736 тис. грн. або на 156,64%), LAN-кабелях (динаміка зростання яких засвідчила 42,28% збільшення обсягів порівняно з 2017 роком, тобто на 66479 тис. грн.). В цілому спостерігалось зростання експорту по усім асортиментним групам продукції ПАТ «Одескабель». Зазначимо, що в 2021 році порівняно з 2020 роком спостерігалася зворотна ситуація – обсяги постачання по усім номенклатурних групам зменшилися. Особливо це стосується LAN-кабелів, постачання яких скоротилася на 38642 тис. грн. або на 14,73%.

Враховуючи той факт, що ПАТ «Одескабель» для виходу на зовнішній ринок обрало стратегію експорту та стратегію проникнення на ринок через створення спільного підприємства, доцільно оцінити ефективність використання саме цих стратегій.

Слід зауважити, що в 2021 році порівняно з 2020 роком спостерігалось погіршення результатів використання обох стратегій на підприємстві. В цьому році обсяги прямого експорту скоротилися на 69643 тис. грн. або на 14,22%, а непрямого експорту – на 21387 тис. грн. або на 9,87%. При цьому спільне підприємство реалізувало продукції на 28727 тис. грн. менше ніж в 2020 р.

Використання експортної стратегії дозволило підприємству наростити обсяги прибутку від реалізації продукції на зовнішніх ринках на 27995 тис. грн., тобто на 54,91%, хоча порівняно з 2020 роком обсяг прибутку скоротився на 23,87%, тобто на 24768 тис. грн. Найбільший обсяг прибутку принесли пряму продажі кабельної продукції підприємством за кордон – в 2021 році вони склали 42447 тис. грн., що на 19463 тис. грн. вище рівня 2017 року водночас порівняно з 2020 роком цей показник погіршився на 9480 тис. грн. або на 18,26%.

Непрямий експорт дозволив в 2021 році підприємству отримати 36529 тис. грн., що на 8532 тис. грн. вище рівня 2017 року але на 15288 тис. грн. нижче рівня 2020 р.

В роботі було зазначено, що найбільш рентабельною для підприємства є стратегія експорту. В 2021 році рентабельність продаж за цієї стратегією склала 23,16%, хоча порівняно з 2017 роком та 2020 роком, вона скоротилася відповідно на 1,95 та 3,72%. Слід зазначити, що більш вигідним для підприємства є реалізація за прямим експортом, рентабельність продаж за яким склала 27,76% в 2021 році, що на 1,15% менше від рівня 2017 року та на 3,75% менше від рівня 2020 року.



Натомість рентабельність продаж за каналами непрямого експорту становила в 2021 році лише 19,42%. Реалізація продукції спільним підприємством на зовнішніх ринках має рентабельність 13,49% в 2021 році, що на 3,76% менше від рівня 2017 року та на 6% менше від рівня 2020 р.

За результатами аналізу показників ефективності експортної діяльності підприємства, був зроблений висновок, що експорт на підприємстві ПАТ «Одескабель» є неефективним, адже він менше за 1 та становить 0,29 у 2021 році.

Результати аналізу економічного ефекту від експортної діяльності ПАТ «Одескабель» відображають, що за останні три роки підприємство неефективно здійснювала свою зовнішньоекономічну діяльність, тому продаж товарів на зовнішньому ринку був менш вигідним порівняно з внутрішніми продажами, на відміну від 2018 р., коли показник був позитивним.

Проведена оцінка ефективності товарної структури експортної діяльності ПАТ «Одескабель» методом ABC-XYZ – аналізу показала, що товарна структура є ефективною, оскільки більшість категорій продукції належать до груп АХ та ВХ, тобто вони характеризуються високим рівнем ефективності та стабільності продажів.

Отже, згідно обраного економіко-математичного аналізу, показники ефективності як експортної так й імпоротної діяльності ПАТ «Одескабель» у більшості є від’ємними, що говорить про необхідність пошуку резервів підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

В роботі було визначено, що Об’єднані Арабські Емірати (ОАЕ) – один з перспективних ринків, визначених Експортною стратегією України на 2017—2021 роки. Країна входить у двадцятку світових експортерів та є одним з найбільших торговельних центрів регіону та світу. Хоча рівень торгівлі між Україною з ОАЕ на даному етапі достатньо низький порівняно з іншими традиційними партнерами, нарощення співпраці з ОАЕ має важливе значення з точки зору диверсифікації ринків збуту підприємств України, розширення присутності українських товарів у регіоні Перської затоки та на інших світових ринках.

Згідно з проведеним аналізом, було визначено, що недоторгованість України з ОАЕ за товарною групою «Ізольований провід, кабель та інші електричні провідники» складає 6,295 млн. дол. Оскільки, ПАТ «Одескабель» є провідним підприємством в Україні за цією товарною групою, то відповідну нішу на ринку ОАЕ могло б зайняти саме воно.

Було визначено, що підприємство може збільшити обсяги експорту до 977,75 млн. грн. у 2025 р. за рахунок виходу на ринок ОАЕ, що в свою чергу, надасть можливість ПАТ підвищити ефективність своєї зовнішньоекономічної діяльності.

Також були зазначені такі рекомендації для ПАТ «Одескабель», а саме звернути увагу на невикористані можливості експорту (недоторгованість) для товарної групи «Ізольований провід, кабель та інші електричні провідники» на ринку ОАЕ. А також провести аналіз нетарифних бар’єрів торгівлі, що можуть обмежувати експорт кабельно-провідникової продукції на цей ринок.

## АНОТАЦІЯ

Гараєв Анар Гуммет-Огли, «Удосконалення стратегії виходу промислового підприємства на зовнішні ринки (на прикладі ПАТ «Одескабель»)), кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра 292 «Міжнародні економічні відносини» за освітньою програмою «Міжнародна економіка»  
Одеський національний економічний університет  
м. Одеса, 2022 рік

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з трьох розділів. Об'єктом дослідження є процес розробки стратегії виходу ПАТ «Одескабель» на зовнішні ринки.

У роботі розглядається сутність та особливості дослідження стратегії виходу підприємств на зовнішні ринки. Систематизуються чинники впливу на вибір стратегії виходу промислового підприємства на зовнішні ринки. Обґрунтовані методи аналізу стратегій виходу підприємства на зовнішні ринки.

Надано загальну організаційно-економічну характеристику ПАТ «Одескабель». Проведено аналіз чинників впливу на вибір стратегії виходу ПАТ «Одескабель» на зовнішні ринки. Здійснено SWOT- та PEST-аналіз ПАТ «Одескабель». Проаналізовано ефективність стратегії виходу ПАТ «Одескабель» на зовнішні ринки.

Запропоновано напрями підвищення ефективності експортної діяльності як чинника удосконалення стратегії виходу ПАТ «Одескабель» на зовнішні ринки. Запропоновано ПАТ «Одескабель» нову стратегію виходу на ринок Об'єднаних Арабських Єміратів.

**Ключові слова:** стратегія виходу на зовнішні ринки, промислове підприємство, ПАТ «Одескабель», SWOT- та PEST-аналіз; економічна ефективність експорту, економічний ефект від експорту, ABC – та XYZ-аналіз, ринок Об'єднаних Арабських Єміратів.

## SUMMARY

Garayev Anar Gummet-Ogly, "Improving the strategy of industrial output enterprises on foreign markets (on the example of PJSC "Odeskabel") ", qualification work for a bachelor's degree 292 "International Economic Relations" according to the educational program "International Economics" Odessa National University of Economics  
Odessa, 2022

The bachelor's thesis consists of three sections. The object of research is the process of developing a strategy for PJSC "Odeskabel" to enter foreign markets.

The paper considers the essence and features of the study of the strategy of enterprises entering foreign markets. Factors influencing the choice of strategy of industrial enterprise to enter foreign markets are systematized. Substantiated methods of analysis of strategies of the enterprise entering foreign markets.

The general organizational and economic characteristics of PJSC "Odeskabel" are given. An analysis of the factors influencing the choice of strategy for PJSC "Odeskabel" to enter foreign markets. SWOT and PEST analysis of PJSC Odeskabel was performed. The effectiveness of the strategy of PJSC "Odeskabel" to enter foreign markets is analyzed.

The directions of increase of efficiency of export activity as the factor of improvement of strategy of an exit of PJSC Odeskabel on foreign markets are offered. PJSC Odeskabel has proposed a new strategy for entering the United Arab Emirates market.

**Key words:** strategy of entering foreign markets, industrial enterprise, PJSC "Odeskabel", SWOT and PEST analysis; economic efficiency of exports, economic effect of exports, ABC and XYZ analysis, the market of the United Arab Emirates.