

**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
за магістерською програмою професійного спрямування
«Зовнішньоекономічна діяльність підприємств (організацій)»

на тему: «Удосконалення міжнародної конкурентної стратегії фірми
агроторгової сфери (на прикладі ФГ "Полепродукт")»

Виконавець:

студентка факультету міжнародної економіки

Сафта Олександр Павлович

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

Уханова Інна Олегівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Участь вітчизняних підприємств у зовнішньоекономічній діяльності нерозривно пов'язана з оцінкою власного рівня конкурентоспроможності, що виступає індикатором позиції підприємства на міжнародному ринку, дає змогу виявити сильні та слабкі сторони виробника та розробити стратегію розвитку на перспективу. Перед підприємствами, які орієнтовані на міжнародний ринок, постійно виникає проблема формування стійких конкурентних переваг, щоб послабити вплив із боку зарубіжних конкурентів як внутрішньому, так і на світових ринках. Тому, розглядаючи перспективи підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств АПК, неможливо оминати питання конкурентної стратегії цієї категорії виробників, оскільки від неї залежатиме подальший розвиток галузі, подолання технологічної відсталості підприємств та виявлення резервів зростання як міжнародної конкурентоспроможності підприємства, так і ефективності зовнішньоекономічної діяльності загалом.

Мета дослідження. Метою дослідження є вивчення теоретичних питань щодо міжнародної конкурентної стратегії фірми агроторгової сфери та розробка рекомендацій щодо її вдосконалення на ФГ «Полепродукт».

Завдання дослідження:

- 1) визначити економічну сутність поняття «міжнародна конкурентна стратегія»;
- 2) проаналізувати фактори і умови забезпечення реалізації міжнародної конкурентної стратегії фірми агроторгової сфери;
- 3) визначити методику оцінки міжнародної конкурентної стратегії фірми;
- 4) здійснити аналіз зовнішньоекономічної діяльності ФГ «Полепродукт»;
- 5) проаналізувати міжнародну конкурентоспроможність ФГ «Полепродукт»;
- 6) оцінити міжнародну конкурентну стратегію ФГ «Полепродукт» в умовах ринку аграрної продукції країн ЄС;
- 7) розробити організаційні заходи удосконалення зовнішньоекономічної діяльності ФГ «Полепродукт» як складової реалізації міжнародної конкурентної стратегії;
- 8) визначити шляхи зменшення накладних витрат як чинник підвищення міжнародної конкурентоспроможності ФГ «Полепродукт» на ринку країн ЄС;
- 9) розглянути впровадження збутової програми ФГ «Полепродукт» на європейському ринку як чинник удосконалення міжнародної конкурентної стратегії.

Об'єктом дослідження міжнародна конкурентна стратегія фірми агроторгової сфери.

Предметом дослідження є теоретико-методичні засади та практичні заходи удосконалення міжнародної конкурентної стратегії ФГ «Полепродукт» в сучасних умовах господарювання.

Методи дослідження. Методологічну основу дипломного дослідження становлять наукові розробки вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів. При написанні 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, таблично-графічні методи, абстрактно-логічний і системно-структурний аналіз; порівняльний аналіз і групування; розрахунково-аналітичний та метод економічного моделювання.

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

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку літератури та додатків. Загальний обсяг роботи складає 99 сторінок. Робота включає 13 таблиць, 24 рисунки та список використаних джерел, який складає 59 найменувань.

Публікації. За результатами роботи опубліковано доповідь «Конкурентні умови зовнішньоторговельної діяльності аграрних підприємств України в умовах зони вільної торгівлі з ЄС» у конференції «Теоретичні та прикладні аспекти розвитку науки» в рамках засідання секції «Економічні науки» загальним обсягом 0,2 авт. аркуши 7 грудня 2017 р. Київ.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«Теоретичні основи дослідження міжнародної конкурентної стратегії фірми»** розглянуто сутність, особливості формування та складові міжнародної конкурентної стратегії, фактори і умови забезпечення реалізації міжнародної конкурентної стратегії фірми агроторгової сфери, досліджено методику оцінки міжнародної конкурентної стратегії фірми.

У другому розділі **«Аналіз міжнародної конкурентної стратегії фірми ФГ «Полепродукт» на європейському ринку»** проаналізовано зовнішньоекономічну діяльність агроторгової фірми, здійснено аналіз міжнародної конкурентоспроможності ФГ «Полепродукт», проведено аналіз міжнародної конкурентної стратегії ФГ «Полепродукт» в умовах ринку аграрної продукції країн ЄС.

У третьому розділі *«Шляхи удосконалення міжнародної конкурентної стратегії ФГ «Полепродукт»»* запропоновано організаційні заходи удосконалення зовнішньоекономічної діяльності ФГ «Полепродукт» як складової реалізації міжнародної конкурентної стратегії, розроблено заходи із зменшення накладних витрат як чинник підвищення міжнародної конкурентоспроможності ФГ «Полепродукт» на ринку країн ЄС, розглянуто можливість впровадження збутової програми ФГ «Полепродукт» на європейському ринку як чинник удосконалення міжнародної конкурентної стратегії.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

У першому розділі роботи вивчено теоретичні основи дослідження міжнародної конкурентної стратегії фірми. У пункті 1.1 визначено, що стратегія забезпечення конкурентоспроможності підприємства являє собою комплексну стратегію підприємств, яка включає довгострокові програми дій за всіма функціональними напрямками його діяльності, спрямовані на формування належного рівня конкурентного потенціалу та конкурентоспроможності. Чітко сформована та аргументована конкурентна стратегія підприємства дозволяє ефективно визначити стратегічні цілі та способи їх досягнення, уникнути ризиків, раціонально розпоряджатися ресурсами.

У пункті 1.2 виявлені фактори забезпечення реалізації міжнародної конкурентної стратегії фірми агроторгової сфери, серед яких природний потенціал, географічне розташування, кваліфікація, навички працівників, техніко-технологічне забезпечення, рівень інформатизації виробничих процесів, ресурсоемність виробництва, інфраструктурне забезпечення, організаційна форма управління, ефективність використання маркетингового інструментарію. Враховуючи специфіку аграрної сфери, сільськогосподарські підприємства мають неоднаковий стратегічний потенціал, реалізують різні стратегії й можуть функціонувати в середовищі певної міри складності.

У пункті 1.3 розглянуто різні методики оцінки міжнародної конкурентної стратегії фірми: метод SWOT – аналізу, метод «4Р», матричні методи оцінювання конкурентоспроможності підприємств. Запропоновано використовувати метод комплексного оцінювання конкурентоспроможності виробництва, як такий, що містить найбільш повну характеристику об'єкта оцінки. Цей метод включає визначення таких показників ефективності виробництва, як показники фінансового стану підприємства, конкурентного потенціалу підприємства, ефективності збуту та просування продукції, соціальної ефективності, конкурентоспроможності продукції.

У другому розділі роботи проаналізовано міжнародну конкурентну стратегію фірми ФГ «Полепродукт» на європейському ринку. У пункті 2.1 здійснено аналіз зовнішньоекономічної діяльності ФГ «Полепродукт». У ході аналізу визначено, що зовнішньоекономічна діяльність ФГ «Полепродукт» складається з співпраці з французькою насінневою компанією «Clause», імпорту обладнання з Угорщини та з Росії, участі в різних міжнародних виставках та ярмарках, експорту продукції за кордон у Молдову та Румунію. На ФГ «Полепродукт» відсутній відділ, що

займається зовнішньоекономічною діяльністю через незначні обсяги виробництва. Загальна оцінка показників міжнародної конкурентоспроможності ФГ «Полепродукт» за 2014-2016 роки дає змогу побачити, що усі показники конкурентоспроможності ФГ «Полепродукт» за 2014-2016 роки, окрім обсягів виробництва та виробітку є негативними та свідчить про низьку міжнародну конкурентоспроможність.

У пункті 2.2 проведено аналіз міжнародної конкурентоспроможності ФГ «Полепродукт». В результаті формовано матрицю слабких та сильних сторін господарства, а також загроз та можливостей. Основними можливостями розвитку міжнародної конкурентоспроможності є розширення каналів збуту та реалізації продукції за кордоном, поліпшення технологічного процесу та зниження собівартості. ФГ «Полепродукт» обрало «міжнародну» конкурентну стратегію, що полягає у перенесенні набутого досвіду на іноземні ринки. Проте її недоліками є неврахування особливостей попиту на кожному іноземному ринку, нездатність використати економію на місцезнаходженні.

У пункті 2.3 проаналізовано міжнародну конкурентну стратегію ФГ «Полепродукт» в умовах ринку аграрної продукції країн ЄС. Визначено, що в умовах євроінтеграції України ФГ «Полепродукт» використовує такі переваги, як розширення квот на зернові культури, вільні зони торгівлі, сприятливі кліматичні умови, вигідне географічне положення, невелика вартість продукції, впровадження європейських технологій, використання насіння з Європи. З'ясовані основні стратегічні цілі ФГ «Полепродукт» в умовах євроінтеграції України. Це ефективно і раціональне використання земельних ресурсів, формування нового економічного механізму з ринковою орієнтацією, модернізація матеріально-технічної інфраструктури.

У третьому розділі роботи запропоновано шляхи удосконалення міжнародної конкурентної стратегії ФГ «Полепродукт». У пункті 3.1. висвітлено організаційні заходи удосконалення зовнішньоекономічної діяльності ФГ «Полепродукт»: створення відділу зовнішньоекономічних відносин, розширення експорту продукції до таких країн, як Індія, Іран, Єгипет, придбання високоякісного імпортного обладнання за помірними цінами на виставках-продажах. Розроблено механізм управління зовнішньо-економічною діяльністю ФГ «Полепродукт», що забезпечить відновлення позитивних тенденцій діяльності ФГ «Полепродукт», отримання максимально можливих прибутків від експортної діяльності, розширення і створення достатньої кількості внутрішніх і міжнародних обсягів реалізації.

Зменшення накладних витрат як чинник підвищення міжнародної конкурентоспроможності ФГ «Полепродукт» на ринку країн ЄС розглянуто в п. 3.2. Визначено, що в результаті запровадження нормативного планування накладних витрат ФГ «Полепродукт» зменшує адміністративні витрати на 0,3 тис. грн. та отримає більший прибуток. Проте через відсутність витрат на збут позитивні зміни у результаті зменшення накладних витрат є незначними. Запропоновано модель системи управління витратами ФГ «Полепродукт», в якості основних елементів якої розглянуто соціально-економічну діяльність, пов'язану з виробництвом сільськогосподарської продукції.

У пункті 3.3 запропоноване впровадження збутової програми ФГ «Полепродукт» на європейському ринку. Для цього можна використовувати Direct Mail – розсилку потенційним замовникам рекламних матеріалів та зворотній зв'язок, участь у європейських виставках, організацію дистриб'юторської мережі, використання веб-сайту з перекладом на англійську та німецьку мови. Розраховано, що за умови збільшення обсягу виробництва продукції на 10% та підвищення ціни продукції на 10%, ФГ «Полепродукт» зможе вийти на прибуток, який складе 20,5 тис. грн.

АНОТАЦІЯ

Сафта О.П. «Удосконалення міжнародної конкурентної стратегії фірми агроторгової сфери (на прикладі ФГ "Полепродукт")» 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 – конкурентна стратегія ФГ «Полепродукт» на міжнародному ринку аграрних товарів.

У роботі розглядаються теоретично-методичні основи міжнародної конкурентної стратегії підприємства, фактори і умови забезпечення реалізації міжнародної конкурентної стратегії фірми агроторгової сфери.

Проведено аналіз міжнародної конкурентної стратегії фірми ФГ «Полепродукт» на європейському ринку.

Пропонуються організаційні заходи удосконалення міжнародної конкурентної стратегії ФГ «Полепродукт» зокрема, обґрунтовується необхідність введення онлайн системи моніторингу діяльності підприємства і управлінського обліку для вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності ФГ «Полепродукт»

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, агроторгова фірма, конкурентна стратегія, фактори конкурентної стратегії, міжнародний ринок сільськогосподарської продукції.

ANNOTATION

Safta A.P. "Improvement of the international competitive strategy of the firm of agro-trade sphere (on the example of farming company "Polyproduct")" thesis for Master degree in specialty «8.05056 International Economic Relations», under the program «Foreign Economic Activity of an Enterprise(Organisations)» Odessa National Economic University Odessa, 2018

Master's qualification work consists of three sections. The object of the research is the competitive strategy of the FG Polyproduct in the international market of agrarian commodities.

The theoretical and methodological foundations of the international competitive strategy of the enterprise, factors and conditions for ensuring the implementation of the international competitive strategy of the firm of agro-trade sphere are considered in the paper.

The analysis of the international competitive strategy of the company FG "Polyproduct" on the European market is conducted.

The organizational measures for improvement of the international competitive strategy of FG "Polyproduct" are offered, in particular, the necessity of introducing an online monitoring system of enterprise activity and management accounting for improvement of foreign economic activity of FG "Polyproduct" is substantiated.

Key words: foreign economic activity, agrotrade firm, competitive strategy, factors of competitive strategy, international market of agricultural products.