

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

**ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН**

**КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ  
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

## **Пояснювальна записка**

до дипломної роботи

**МАГІСТР**

(освітньо-кваліфікаційний рівень)

на тему: «Формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку»

Виконала: студентка 2 року навчання,  
групи 8.06.07.13.03,  
спеціальності 8.03050301 «Міжнародна  
економіка»

Бакатова І.О.

Керівник: к.е.н., доцент Юлегіна І.В.

Рецензент: к.е.н., доцент Решетняк О.І.

Харків – 2015 рік

## РЕФЕРАТ

В умовах активної інтеграції української економіки в структуру світового господарства ключовим напрямком розвитку вітчизняних підприємств стає орієнтація на зовнішні ринки збуту продукції. Практичне вирішення цього завдання безпосередньо залежить від правильно обраної та реалізованої стратегії конкурентоспроможності підприємства, сформованої структури управління конкурентоспроможністю, а також від якісного обліку і контролю витрат підприємства на підвищення конкурентоспроможності. В даний час підприємства машинобудування України, що здійснюють експортну діяльність, як правило, не можуть конкурувати, або з якихось причин, не мають відповідної можливості. Серед основних причин такої ситуації дуже часто називають технологічну відсталість підприємств, використання застарілих технологій та обладнання, брак ресурсів і, відповідно, низький рівень інноваційної активності суб'єктів господарювання, незначні можливості виробництва високотехнологічних товарів і надання сучасних якісних послуг, до того ж, мінливість зовнішнього середовища та нестабільність вартості грошей обмежують горизонт планування управлінців українських підприємств до 2-3 років. У зв'язку з цим формування стратегії підвищення конкурентоспроможності стало найважливішою умовою подальшого існування підприємств машинобудування.

Метою даної дипломної роботи є удосконалення процесу формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку.

Дослідження даної дипломної роботи було проведено на базі Державного підприємства «Електроважмаш».

Для досягнення мети дослідження в дипломній роботі було поставлено наступні завдання:

дослідити теоретико-методичні аспекти формування стратегії конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку;  
провести аналіз фінансово-господарської діяльності ДП «Електроважмаш»;

розробити пропозиції щодо удосконалення комплексу маркетингу для електрогенераторного виробництва ДП «Електроважмаш» на ринку СНД і Балтії та обґрунтувати вплив запропонованих заходів на підвищення показників конкурентоспроможності підприємства.

Об'єкт дослідження даної дипломної роботи – теоретичні основи та методичні засади конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку.

Предмет дослідження – процес формування стратегії підвищення конкурентоспроможності електрогенераторного виробництва ДП «Електроважмаш» на ринку СНД і Балтії.

В дипломній роботі були використані такі нормативні джерела як Конституція України, Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність», Закон України «Про операції з давальницькою сировиною у зовнішньоекономічних відносинах», Закон України «Про регулювання товарообмінних (бартерних) операцій у галузі зовнішньоекономічної діяльності», Господарський кодекс України, а також економічні, фінансові, організаційні матеріали і документи ДП «Електроважмаш» за 2011-2013 рр.

Вагомий внесок у теоретичні дослідження стратегії конкурентоспроможності підприємства та її формування внесли такі зарубіжні вчені-економісти: М. Портер, І. Ансофф, К. Прахалад, Г. Хемел та інші. На досягнення цих авторів в своїх роботах спираються російські вчені Г. Багієв, А. Градов, М. Гельвановський, П. Зав'ялов, Р. Фатхутдінов, А. Юданов, українські – Б. Губський, А. Воронкова, І. Акімова, В. Немцов та інші.

Питанням міжнародної конкурентоспроможності присвячено праці Є. Волошина, В. Ковалевського, Ю. Козака, О. Кузьміна, Ю. Макогона, Л. Новошинської, І. Піддубного, В. Пономаренко, І. Сіваченка та інших.

В рамках виконання даної дипломної роботи були застосовані методи аналізу, угруповання і порівняння, метод факторного аналізу, метод бальної оцінки із урахуванням коефіцієнта вагомості факторів, метод SPACE-матриці, метод експертного оцінювання та метод побудови «многокутника конкурентоспроможності».

Наукова новизна роботи полягає у виділенні ключових факторів, за якими обирається стратегія конкурентоспроможності підприємства, а також в розробці та обґрунтуванні послідовності етапів формування стратегії конкурентоспроможності підприємства.

Практична значущість дослідження даної дипломної роботи полягає в тому, що вона містить розробку рекомендацій щодо формування стратегії підвищення конкурентоспроможності електрогенераторного виробництва ДП «Електроважмаш» на ринку СНД і Балтії за рахунок реалізації патієнтної стратегії та втілення відповідних заходів щодо удосконалення комплексу маркетингу для електрогенераторного виробництва ДП «Електроважмаш» задля покращення конкурентної позиції підприємства на даному ринку.

Дана дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, resume, висновків, переліку використаної літератури та додатків.

У першому розділі «Теоретико-методичні аспекти формування стратегії конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку» основна увага приділена визначенню сутності понять «конкурентоспроможність» та «стратегія конкурентоспроможності», розглядається роль конкурентних переваг для підприємства, класифікації стратегій конкурентоспроможності підприємства, етапи, фактори та проблеми формування стратегій підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на зовнішньому ринку.

У другому розділі «Аналіз фінансово-господарської діяльності ДП «Електроважмаш» надано загальну характеристику та економічний аналіз діяльності підприємства, проведено фінансовий аналіз діяльності підприємства, проаналізовано зовнішньоекономічну діяльність підприємства.

У третьому розділі дипломної роботи «Напрямки удосконалення конкурентної стратегії для електрогенераторного виробництва ДП «Електроважмаш» на ринку СНД і Балтії» проаналізовано стратегію конкурентоспроможності ДП «Електроважмаш» для електрогенераторного виробництва, обґрунтовано доцільність реалізації патієнтної стратегії для електрогенераторного виробництва, розроблено пропозиції щодо удосконалення комплексу маркетингу для електрогенераторного виробництва ДП «Електроважмаш» на ринку СНД і Балтії, проведено оцінку конкурентної позиції ДП «Електроважмаш» на даному ринку після впровадження запропонованих заходів та досліджено підвищення конкурентоспроможності ДП «Електроважмаш» за рахунок впровадження запропонованих заходів у порівнянні з основними конкурентами підприємства на ринку СНД і Балтії.

Матеріали дослідження були оприлюднені на Всеукраїнській науково-практичній конференції молодих учених та студентів «Розвиток України очима молоді: соціальні, економічні та правові аспекти», яка проходила 18 квітня 2013 року в Харківському національному економічному університеті ім. С. Кузнеця [53]. Автором роботи опубліковано статтю «Формування маркетингової стратегії промислових підприємств України на основі диверсифікації збутових каналів» у щомісячному збірнику наукових робіт «Управління розвитком» №12 (175), що видається Харківським національним економічним університетом ім. С. Кузнеця [11].

Бакатова І.О.

Формування стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку

*Анотація:* Розглянуто теоретико-методичні аспекти формування стратегії конкурентоспроможності підприємства на зовнішньому ринку. Проаналізовано фінансово-господарську діяльність підприємства. На основі проведеного аналізу розроблено патієнтну стратегію, що ґрунтується на удосконаленні комплексу маркетингу для електрогенераторного виробництва ДП «Електроважмаш» на ринку СНД і Балтії.

*Ключові слова:* конкурентоспроможність, стратегія конкурентоспроможності, конкурентна перевага, конкурентна позиція, комплекс маркетингу, електрогенераторне виробництво, патієнтна стратегія, показники конкурентоспроможності підприємства.

Бакатова И.А.

Формирование стратегии повышения конкурентоспособности предприятия на внешнем рынке

*Аннотация:* Рассмотрены теоретико-методические аспекты формирования стратегии конкурентоспособности предприятия на внешнем рынке. Проанализировано финансово-хозяйственную деятельность предприятия. На основе проведенного анализа разработано патієнтную стратегию, основанную на совершенствовании комплекса маркетинга для электрогенераторного производства ГП «Электротяжмаш» на рынке СНГ и Балтии.

*Ключевые слова:* конкурентоспособность, стратегия конкурентоспособности, конкурентное преимущество, конкурентная позиция, комплекс маркетинга, электрогенераторное производство, патієнтная стратегия, показатели конкурентоспособности предприятия.

Inna Bakatova

Formation of a strategy to improve the company's competitiveness in the international market

*Annotation:* The theoretical and methodological aspects of formation the strategy of enterprise competitiveness in the international market are considered. The financial and economic activity of the enterprise is analyzed. On the basis of the carried-out analysis it is developed the patiente strategy that based on improving the marketing mix for electro-generator production of SE «Elektrovazhmash» at the market of the CIS and Baltic states.

*Keywords:* competitiveness, competitive strategy, competitive advantage, competitive position, marketing mix, electro-generator production, patiente strategy, indicators of competitiveness of the enterprise.