

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

**КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ
ЗОВНІШНЬО ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

П о я с н ю в а л ь н а з а п и с к а

до дипломної роботи

М А Г І С Т Р

(освітньо-кваліфікаційний рівень)

на тему: «М аркетинговий аналіз зовнішніх ринків в експортній діяльності
підприємства»

Виконала: студентка 2 року навчання,

групи 8.06.07.14.02, спеціальності

8.03050301 «М іжнародна економіка»

Коробко О.Р.

Керівник: к.е.н., викладач М ельник А.О.

Рецензент:

Х арків – 2016 рік

В С Т У П

В сучасній економічній науці безспірним є твердження, що маркетинг визначає успіх підприємства незалежно від його форми власності, розміру або організаційної структури. Протягом останнього часу Україна приймає доволі активну участь у глобалізаційних та інтеграційних процесах, що проявляється, у тому числі, у виході вітчизняних компаній та підприємств на зовнішні ринки та активному їх засвоєнні. Ці процеси викликають у керівництва компаній необхідність проведення глибокого аналізу зовнішніх ринків з метою удосконалення експортної діяльності в умовах гострої конкурентної боротьби.

Таким чином, маркетинг зовнішніх ринків визначає взаємовідносини підприємства із зовнішнім середовищем через проведення маркетингового аналізу, направлено на виявлення конкурентних позицій підприємства на зовнішніх ринках та його потенційних можливостей. Цим і обумовлена актуальність пошуку нових підходів до проведення маркетингового аналізу в зовнішній діяльності вітчизняних підприємств.

Дослідженням питань проведення маркетингового аналізу присвячені праці таких зарубіжних вчених як: Ф. Котлера, Джоббера Д., Ламбена Ж., Асселя Г., Мескона М., Бредлі Ф., Герчикової І.М., Голубкова Є.П., Зав'ялова П.С., Гіляровської Л.Т. та багато інших.

Серед вітчизняних вчених можна виділити Л.В. Балабанову, В.В. Липчука, О. М. Буднік, С.М. Ілляшенко, С. С. Гаркавенко, В. П. Онищенко, В. М. Циганка, Щербань В. М., А. Мазаракі, М. І. Барановську та інших.

Об'єктом даного дослідження є процес маркетингового аналізу зовнішніх ринків в експортній діяльності підприємства.

Предметом даного дослідження є сукупність теоретико-методичних підходів та практичних рекомендацій щодо проведення маркетингового аналізу зовнішніх ринків в експортній діяльності підприємства.

Метою даної дипломної роботи є теоретичне обґрунтування та розробка методичних рекомендацій щодо проведення маркетингового аналізу зовнішніх ринків збуту продукції ПАТ «Завод «Південкабель».

Ця мета реалізована через вирішення наступних задач:

дослідження економічної сутності, факторів впливу та методів здійснення експортної діяльності підприємств;

дослідження теоретико-методичних основ процесу маркетингового аналізу на зовнішніх ринках;

уточнення поняття «маркетингового аналізу» на основі систематизації підходів до трактування сутності маркетингового аналізу;

проведення фінансово-економічного та зовнішньоекономічного аналізу ПАТ «Південкабель»;

проведення маркетингового аналізу українського та зовнішніх ринків кабельно-провідникової продукції;

визначення стратегічних напрямків розвитку діяльності підприємства ПАТ «Південкабель»;

розробка практичних рекомендацій з підвищення ефективності міжнародних маркетингових комунікацій підприємства.

При написанні дипломної роботи використовувались такі методи дослідження: аналітичний метод - для розгляду фінансово-господарської, зовнішньоекономічної, маркетингової діяльності підприємства; графічний метод - для наочного подання результатів дослідження; метод теоретичного узагальнення - для формування загального висновку. окремі питання досліджувались за допомогою статистичних і економіко-математичних методів, таких як індексний метод, метод експертних оцінок, факторний аналіз тощо.

В дипломній роботі було використано праці вітчизняних і зарубіжних учених з питань маркетингових досліджень, періодичні видання, інформаційні матеріали, звітність підприємства, дані Держкомстату та Української Асоціації «Укрелектрокабель», нормативно-правові акти

України, що регулюють експортну діяльність підприємств, ресурси мережі Інтернет, тощо.

Практичне значення одержаних результатів дипломної роботи полягає в розробці практичних рекомендацій з підвищення ефективності міжнародних маркетингових комунікацій промислових підприємств на зовнішніх ринках.

Дипломна робота викладена на 122 сторінках, складається зі вступу, трьох розділів, резюме, висновків, списку літературних джерел з 78 найменувань та 5 додатків, містить 36 таблиць і 16 рисунків.