

**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: «Маркетинговий аналіз зовнішніх ринків в експортній діяльності підприємства»

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

Губіна В.М.

Керівник: к.е.н., доцент Вовк В.А.

Рецензент: к. е. н., професор, Андросова Т. В.

Харків – 2015 рік

Однією з характерних рис сучасного економічного, соціально-політичного, культурного розвитку є дедалі інтенсивніші процеси глобалізації, які мають об'єктивний характер і є результатом еволюції світової економіки. Зважаючи на це, а також на інтенсивну інтеграцію України у світове господарство, для багатьох підприємств постає питання розробки маркетингової стратегії виходу на зовнішні ринки або ж розширенням своєї ринкової присутності закордоном.

Маркетинговий аналіз є одним з найбільш складних видів маркетингової діяльності. Зміст, форми та методологія аналізу залежить від структури підприємства, зовнішніх і внутрішніх умов, у яких вона розвивалася, і можуть суттєво розрізнятися. Проаналізувавши зовнішні і внутрішні умови ринку, товар, споживачів, конкурентів і ін., виробник зможе поліпшити положення підприємства і його товару на ринку, налагодити зв'язки зі споживачами і досягти визначених цілей: збільшити дохід, зростання обсягів збуту і виробництва. У кінцевому рахунку це допоможе вижити в умовах ринку і надалі на основі маркетингового аналізу розширювати своє виробництво і виходити на нові ринки збуту, що обумовлює актуальність теми даної роботи.

Проблемам маркетингового аналізу та забезпечення реалізації міжнародної маркетингової стратегії підприємства присвятили свої дослідження такі вчені, як: Ф. Котлер, Г. Ассель, Л. В. Балабанова, В. В. Божкова, А. Е. Воронкова, Е. П. Голубков, В. Н. Ерьомін та інші.

Разом з тим, перед керівництвом підприємства з кожним роком постають усе нові виклики, детерміновані динамічними змінами у світовій економіці і пов'язані з проведенням маркетингового аналізу. Тому актуальність пошуку нових підходів до вирішення проблем, пов'язаних з розширенням присутності українських підприємств на зовнішніх ринках, викликає неабиякий інтерес в наукових колах та серед управлінців.

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

Предметом дипломної роботи є теоретико-методичні підходи, практичні рекомендації щодо проведення маркетингового аналізу зовнішніх ринків.

Метою дипломної роботи є теоретичне обґрунтування та розробка методичних рекомендацій щодо маркетингового аналізу зовнішніх ринків збуту підприємства з виробництва кабелів ПАТ «Завод «Південкабель».

Для реалізації поставленої мети в роботі було вирішено такі задачі:

розглянуто теоретичні основи проведення маркетингового аналізу на зовнішніх ринках.

проаналізовано економічний стан підприємства для подальшого проведення маркетингового аналізу зовнішніх ринків.

проаналізовано зовнішньоекономічну діяльність підприємства ПАТ «Завод «Південкабель».

проведено маркетинговий аналіз потенційних ринків збуту.

проведено детальний аналіз найбільш перспективного зовнішнього ринку збуту.

При написанні дипломної роботи використовувались наступні методи дослідження; аналітичний метод - для розгляду фінансово-господарської та зовнішньоекономічної діяльності підприємства; графічний метод - для наочного відображення структури підприємства та порівняльного аналізу економічних показників; метод узагальнення – для формування загального висновку.

В роботі було використано інформаційні матеріали, що характеризують зовнішньоекономічну діяльність підприємства, звіти Держкомстату, монографічну та учбову літературу, періодичні видання, тощо.

Практичне значення одержаних результатів дипломної роботи полягає в розробці пропозицій та рекомендацій щодо розробки етапів та подальшої реалізації маркетингового аналізу зовнішніх ринків в експортній діяльності промислового підприємства.

Дипломна робота викладена на 106 сторінках, складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літературних джерел з 72 найменувань та 5 додатків, містить 24 таблиці і 14 рисунків.

Губіна В.М.

Маркетинговий аналіз зовнішніх ринків в експортній діяльності підприємства.

В дипломній роботі було розглянуто теоретичні основи проведення маркетингового аналізу на зовнішніх ринках, проаналізовано економічний стан підприємства, проведено аналіз зовнішньоекономічної діяльності підприємства ПАТ «Завод «Південкабель» та маркетинговий аналіз потенційних ринків збуту, а також було детально аналізовано найбільш перспективний зовнішній ринок.

Губина В.М.

Маркетинговий анализ внешних рынков в экспортной деятельности предприятия.

В дипломной работе были рассмотрены теоретические основы проведения маркетингового анализа на внешних рынках, проанализировано экономическое состояние предприятия, проведен анализ внешнеэкономической деятельности предприятия ЗАО «Завод «Южкабель» и маркетинговый анализ потенциальных рынков сбыта, а также детально проанализирован наиболее перспективный внешний рынок.

Gubina V.

Market Analysis in export markets outside the enterprise

The theoretical foundations of marketing analysis on foreign markets have been reviewed in diploma work, the economic performance and the analysis of International Business of PJSC "Plant "Juzhkabel" have been analyzed. In addition, marketing analysis of potential markets was conducted as well the most promising foreign market were analyzed in detail.