

Міністерство освіти і науки України

Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Економічний факультет

Кафедра менеджменту та маркетингу

БОДОРЯК ІРИНА ІГОРІВНА

СТРАТЕГІЯ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК

073 «Менеджмент»

07 Управління та адміністрування

Автореферат

на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

м. Івано-Франківськ – 2023 рік

Дипломна робота виконана в Прикарпатському національному університеті
імені Василя Стефаника

Науковий керівник док. ек.н., проф. Ткач О.В.

Рецензент: док. ек.н., проф. Пилипів Н.І.

Захист відбудеться: 26 червня 2023р.

Дипломну роботу надано до захисту: 13 червня 2023р.

Завідувач кафедри

проф. Романюк М.Д.

(підпис)

ЗМІСТ**ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ****РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ КОМПЛЕКСНОЇ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК**

1.1. Загальні положення та стратегія виходу підприємства на міжнародний ринок

1.2. Етапи формування стратегії виходу на зовнішні ринки

1.3. Передумови та мотивація виходу підприємства на зовнішні ринки

РОЗДІЛ II. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА РИЗИКІВ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІ РИНКИ

2.1. Загальна характеристика виходу підприємства на міжнародний ринок

2.2. Оцінка ризиків у зовнішньоекономічній діяльності підприємств

2.3. Аналіз напрямків інноваційного розвитку підприємства

РОЗДІЛ III. РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІ РИНКИ

3.1. Проблеми виходу підприємства на міжнародний ринок

3.2. Способи встановлення контактів підприємства на зовнішньому ринку

3.3. Міжнародні партнери на світовому ринку

ВИСНОВКИ**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ****ДОДАТКИ**

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми полягає в тому, що вихід підприємств на зовнішні ринки стає все більш помітною частиною господарської діяльності. Зараз багато підприємств ведуть активну діяльність не тільки всередині країни, але й за її межами, з метою розвитку діяльності підприємства та збільшення доходу. При цьому кожне підприємство має свої особливості, але всі вони стикаються з певними проблемами, ризиками та викликами.

В сучасних умовах підприємство повинно ставити розробку стратегії на перше місце і вона має бути пріоритетом у кожного, адже від побудови чіткої стратегії залежить, яке місце посіде підприємство на ринку, його успіх та економічне зростання.

Визначення терміну стратегія це конкретний управлінський план дій, спрямований на досягнення встановлених цілей та задач. Вона визначає, як саме функціонуватиме та розвиватиметься підприємство, чи досягне бажаних цілей, чи зросте її прибуток та впізнаваність у світі.

При написанні роботи використано літературу таких дослідників, як Котлер Ф., Хулей Г., Прокушев Е.Ф., Сухарський В.С., Харчук Т.В., Шимко П.Д., Мельник О.Г., Балдинюк А.Г., Покровська В.В. та інші і на основі цього зроблено певні висновки.

Метою дослідження є: аналіз та комплексна розробка стратегії підприємства Титора В.П. з урахуванням особливостей ринку та попиту, а також в інноваційних технологіях, методах просування та пошуку ефективного способу виходу підприємства на зовнішній ринок.

До основних завдань, які розглянуто в дипломній роботі:

- визначити поняття комплексної стратегії на основі даного підприємства та її ефективну розробку у зовнішньоекономічній діяльності;
- дослідити основні етапи, мотиви та передумови виходу підприємства на міжнародний ринок;
- провести аналіз ризиків стратегії підприємства;

- провести аналіз потенційних іноземних партнерів на ринку та запропонувати перспективну модель для розвитку підприємства Титора В.П. на зовнішньому ринку.

Об'єктом дослідження є: процес формування ефективної стратегії виходу підприємства ФОПа Титора В.П. на міжнародний ринок.

Предметом дослідження є: сукупність теоретичних положень, стратегічне планування цього процесу, методологічні та практичні аспекти щодо розроблення стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок.

При написанні дипломної роботи для досягнення поставленої мети було використано такі методи дослідження: теорія дослідження підприємства в умовах зовнішнього ринку, загальна характеристика підприємства, її стратегія, передумови, аналіз, мотивація та інноваційні технології при виході підприємства на зовнішній ринок.

Розроблено ефективну стратегію для ФОПа Титора В.П., планування виходу підприємства на міжнародний ринок, форми та моделі їхнього застосування, партнери на світовому ринку та способи їх встановлення. Проведено аналіз потенційних міжнародних ринків та етапи формування стратегії виходу на зовнішні ринки.

Дипломна робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У розділі 1 «Теоретичні засади комплексної стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок» досліджуються загальні положення, теоретичні засади стратегії, етапи її формування, передумови та мотивація виходу стратегії на міжнародний ринок.

Запорукою успіху компанії чи підприємства в процесі завоювання лідерства на зовнішньому ринку є чітко сформована та правильно розроблена стратегія, визначені конкретні цілі діяльності та шляхи їх досягнення.

Стратегія підприємства розглядається як систематичний та послідовний план його потенційної поведінки в умовах неповноти інформації про майбутній розвиток середовища та підприємництва, що включає довгострокові цілі, шляхи та правила прийняття вірних рішень для найбільш ефективного використання стратегічних ресурсів, сильних сторін і можливостей, а також усунення слабких сторін та захист від загроз зовнішнього середовища задля майбутнього успіху.

При виході підприємства на зовнішній ринок, стратегічні цілі характеризуються більшими ризиками та потребує урахування багатьох політичних, економічних, культурних та правових відмінностей. Варто зазначити, що підприємство, яке виходить на зовнішній ринок передбачає вищі вимоги щодо якості продукту чи послуги, вищий рівень конкуренції, більші затрати на закупівлю чи виготовлення продукції та дорожчі маркетингові дослідження.

Основною мотивацією для підприємства, яке виходить на зовнішній ринок є максимізація прибутку за рахунок використання ефекту масштабу, економічне зростання та успішний розвиток підприємства.

У розділі 2 «Аналітична оцінка ризиків стратегії при виході підприємства на зовнішні ринки» розглянуто загальну характеристику підприємства та оцінку ризиків при виході підприємства на зовнішній ринок. Проведено аналіз та на основі цього запроваджено інноваційні технології для підприємства.

Підприємство ФОПа Титора В.П. спеціалізується на експорті обробленої деревини в країни Європи як для приватних фірм так і для окремих осіб.

Варто зазначити, що продукція, яка виготовляється, обробляється та експортується відповідає європейським та міжнародним стандартам якості, виконує митне оформлення, надаючи увесь пакет документів та повний номенклатурний перелік, що входить до замовлення. Підприємство надає радіологічний та карантинний сертифікат, а експорт відбувається за умовами постачання: СРТ, FOB, FCA, CIF.

Важливим фактором є те, що підприємство не експортує необроблені лісоматеріали з листяних та хвойних порід, пиломатеріали з тріщинами, грибок та пліснявою, згідно із законом про заборону експорту лісу з України в інші країни Європи.

Аналізуючи зовнішній ринок, варто зазначити, що ризик притаманний будь-якому підприємству, а особливо коли підприємство планує вихід на зовнішній ринок. При розробці стратегії для підприємства, наша команда стикнулася з ризиком втратити значну кількість коштів, але ми застосували різні методи просування, що включає в себе: місію та позиціонування, визначення ЦА та Tone of voice, і за рахунок цього було забезпечено ефективну динаміку розвитку процесу відтворення, збільшення продажів, співпраця з новими партнерами та залучення інвестицій.

У розділі 3 «Розробка стратегії підприємства при виході на зовнішні ринки» розглянуто ряд проблем, які можуть виникнути під час виходу підприємства на міжнародний ринок, способи встановлення контактів та міжнародні партнери на світовому ринку.

Підприємство, яке планує вийти на зовнішній ринок стикається з багатьма проблемами, а деякі організації взагалі не витримують конкуренції та ідуть з ринку.

Варто зауважити, що не тільки конкуренція є проблемою для багатьох підприємств. До них також належить: застарілість технічного обладнання,

неефективність управління підприємствами, невідповідність якості українських товарів та послуг міжнародним стандартам, відсутність вільних коштів на переформування виробництва та модифікацію товарів, недостатня кількість коштів на закріплення на міжнародному ринку.

Одним з можливих шляхів до вирішення вищезазначених проблем може стати зосередження підприємницької діяльності в одному напрямку. Але варто зауважити, що і тут є як позитивні так і негативні сторони.

В короткостроковій перспективі зосередження фінансових та людських ресурсів в одній сфері може призвести економіку до дисбалансу, а з іншого боку – до здобуття певної переваги серед конкурентів на міжнародному ринку.

Проблеми виходу підприємства на зовнішній ринок на даний момент є важливим питанням, яке потребує певних відповідей та їх вирішення. Шляхом успішної співпраці українського та європейського ринку потребують глибокого опрацювання та пошуку оптимального варіанту вирішення як проблеми експорту, так і нестабільності української економіки. Підприємство має бути готове до можливих проблем та знати методи їх вирішення.

ВИСНОВКИ

У роботі здійснено теоретичні узагальнення і на основі цього, можна дійти до висновку, що однією з найважливіших складових успіху при виході на зовнішній ринок є розробка ефективної стратегії. У цих умовах власники бізнесу та керівники організацій мають ставити розробку стратегії на перше місце потребують більше детальної інформації про міжнародний ринок, його структуру, методи просування та стратегію виходу за межі власної країни.

Для великої кількості підприємств є великою проблемою те, що чітко сформульована стратегія та цілі є відсутніми, що призводить підприємства до банкрутства ще на початку виходу підприємства на зовнішній ринок.

Зовнішньоекономічна стратегія – це чіткий та конструктивний план дій, правил та прийомів, за допомогою яких досягаються поставлені цілі та мета розвитку підприємства, а сама розробка комплексної стратегії виходу на зовнішній ринок включає в себе як поставлені конкретні цілі діяльності по основним напрямкам, так і різні шляхи їх досягнення.

Отже, ми можемо прийти до висновку, що підприємства, які ефективно застосовують стратегічний маркетинг, методи просування, володіють відмінними якостями лідера та мають навички правильного виходу підприємства на країни ЄС виходять на високий рівень доходу та стають лідерами не тільки в Україні але й за її межами.

На сьогоднішній день українські підприємства, бренди та організації все більше усвідомлюють необхідність виходу бізнесу на міжнародний ринок, а для цього потрібна ефективно розроблена стратегія.

Основними запитаннями під час написання дипломної роботи були:

1. Ознайомлення з поняттям стратегія та робота підприємства у зовнішньоекономічній діяльності;
2. Мотиви виходу підприємства на зовнішній ринок;
3. Передумови та етапи виходу підприємства;
4. Маркетингові дослідження ЗЕД;
5. Аналіз підприємства та стратегія його виходу на зовнішній ринок;

6. Інноваційні технології підприємства;
7. Ризики, які можуть виникнути при ЗЕД;
8. Стратегія виходу підприємства на міжнародний ринок;
9. Міжнародні партнери на ринку.

При проведенні дослідження підприємства, ми проаналізували ринок, ЦА, її потреби та бажання та обрали найбільш ефективну стратегію, конкретний план дій, який застосували, задля економічного розвитку компанії.

У нашому дослідженні ми з'ясували, які саме методи просування нам потрібні, розробили маркетингову стратегію для соціальних мереж підприємства та обрали ті соціальні мережі, які найбільше підходять підприємству.

Стратегія при виході підприємства на зовнішній ринок дає нам конкретний план дій, на основі якого ми розуміємо, як нам рухатись далі і що саме для цього потрібно.

Ми можемо дійти до висновку, що стратегіє є основою для підприємства, адже на її основі будується фундамент самого підприємства, встановлюються цілі та досягнення, відбувається економічний розвиток підприємства та будується співпраця з міжнародними партнерами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ворона А. В. Інноваційна активність підприємств як перспектива розвитку національної економіки України. Ефективна економіка. 2020, №3. Режим до доступу ресурсу: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/3_2020/157.pdf.
2. Основи законодавства України “Про особливості державного регулювання діяльності суб'єктів підприємницької діяльності, пов'язаної з реалізацією та експортом лісоматеріалів” - Режим до доступу ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2860-15#Text>.
3. Сутність та структура інноваційної діяльності [Електронний ресурс] // Букліб. - Режим до доступу ресурсу: <https://buklib.net/books/27731/>.
4. Шапран О. Лікбез для бізнесу. Що таке стратегія і чому вона потрібна [Електронний ресурс] / Ольга Шапран // АІН.ua. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://ain.ua/2022/02/19/shho-take-strategiya-i-chomu-vona-potribna/>.
5. Статистика експорту деревини в країни ЄС. Джерело: Європейська правда, автор: Ангел Євген. Режим доступу до ресурсу: <http://www.ier.com.ua/ua/publications/articles>.
6. Зовнішня торгівля в країни ЄС [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/ugoda-pro-asociaciyu/bucklets/encyclopaediaukr-part2.pdf>.
7. Інформація про ФОП Титора В.П. - Режим доступу до ресурсу: <https://youcontrol.com.ua/catalog/fop/t/12692/>.
8. Зовнішньоекономічна діяльність: поняття, принципи здійснення та види. Реферат [Електронний ресурс] // Освіта.ua. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: <https://osvita.ua/vnz/reports/international-relations/19354/>.
9. Сутність на формування стратегії підприємства. - Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=708>
10. Мельник Т.М. Міжнародна торгівля товарами в умовах глобальної конкуренції: монографія. - К.: КНТЕУ, 2007
11. Кредисов А., Дерев'яненко О. Конкурентоспроможність країни та стратегія її експорту на світовому ринку // Економіка України. - 1997.

12. Вибір конкурентної стратегії на міжнародному ринку. - Режим доступу до ресурсу: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/271977>.

13. Стратегія виходу підприємства на зовнішній ринок, Герасимчук М.Д. - Режим доступу до ресурсу : https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/20528/1/Diplom051_Herasymchuk_Puzrova.pdf

14. Розробка стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок, Данилюк Н.О. - Режим доступу до ресурсу: http://www.kpi.kharkov.ua/archive/microcad/2015/S23/2015_5_Tezisy_sbornik_part_4_2015_155.pdf

15. Корнелюк М.Ю., Міжнародний ринок, стратегія, підприємство. - Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/11954>

16. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства, Ліпич Л.Г. - Режим доступу до ресурсу: <http://dspace.nbuu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/77994/44-Lipych.pdf?sequence=1>

17. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку : Моногр. – К.: КНЕУ, 2001. – 227с.