

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

**ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН**

**КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ  
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

## **Пояснювальна записка**

до дипломної роботи

**МАГІСТР**

(освітній ступінь)

на тему: «Формування і реалізація міжнародної збутової стратегії  
підприємства»

Виконав: студент 2 року навчання,  
групи 8.06.07.14.02,  
спеціальності 8.03050301 «Міжнародна  
економіка»

Середа М.О.

Керівник: к.е.н., доцент Мілько І. В.

Рецензент: к.т.н., доцент П`ятак Т. В.

Харків – 2016 рік

## ВСТУП

В сучасних умовах розвитку ринкової економіки одним з факторів ефективного функціонування суб'єктів господарювання є вихід на міжнародні ринки. На даному етапі розвитку світової економіки, коли між підприємствами ведеться конкурентна боротьба за кожного потенційного клієнта, важливим аспектом успішного функціонування підприємства є його можливості на даному галузевому ринку. Тому вихід на зовнішні ринки збуту – це перш за все нові можливості для більш швидкого росту, ніж на ринку своєї країни.

При наявності жорсткої конкуренції головна задача міжнародної збутової стратегії – забезпечити завоювання та збереження підприємством значної долі зовнішнього ринку та досягти переваги над конкурентами. Тому формування ефективної міжнародної збутової стратегії стає ключовим чинником успіху будь-якого підприємства та підсилює конкурентоспроможність підприємства на зовнішньому ринку.

Значний вклад у дослідження питань щодо розробки класифікації та методів формування міжнародних збутових стратегій внесли такі зарубіжні вчені, як Ассель Г., Діксон П., Ушворта Г., Папірян Г.А., Котлер Ф., Хершген Х., і вітчизняні – Близнюк С.В., Панкрухін А.П., Решетніков І.Г. та інші. В своїх працях вони розглядали питання необхідності реалізації міжнародних збутових стратегій підприємством в сучасних умовах ведення міжнародної діяльності, аналізували передумови і умови формування міжнародних збутових стратегій на основі попереднього аналізу міжнародної діяльності підприємства та його конкурентних можливостей.

Об'єктом дипломної роботи виступає міжнародна збутова діяльність підприємства ДНВП “Об'єднання Комунар”.

Предметом дослідження є теоретико – методичні засади формування та реалізації міжнародної збутової стратегії підприємства.

Метою дипломної роботи є розробка заходів щодо формування міжнародної збутової стратегії підприємства.

Основні методи дослідження: системне та комплексне дослідження, системний аналіз, статистичні методи, методи фінансового та економічного аналізу.

Інформаційна база дослідження: законодавча та нормативна база України, підручники та монографії українських та зарубіжних авторів з теми дослідження, періодичні та спеціальні видання, звітність підприємства.