

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН

КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ  
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ 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

(освітній ступінь)

на тему: «Управління експортним потенціалом підприємства»

Виконав: студент 2 року навчання,

групи 8.06.07.15.01,

спеціальності 8.03050301 «Міжнародна  
економіка»

Орлов І.О.

Керівник: к.е.н., доцент Серпухов М.Ю.

Рецензент: к.е.н., професор Ушакова Н.Г.

Харків – 2017 рік

## ВСТУП

Сучасний розвиток суб'єктів світової економічної системи відбувається в умовах глобалізації ринків товарів і послуг. Тому участь країни в міжнародному переміщенні факторів виробництва та продуктів споживання є ознакою рівня розвитку її господарства. Потоки експорту, які генерує країна, в свою чергу, залежать від експортного потенціалу підприємств. За показниками експортного потенціалу у різні роки можна зробити аналіз стану зовнішньоекономічної діяльності підприємства та зробити відповідні висновки щодо його подальшого розвитку на наступні роки.

Процеси глобалізації світової економіки, світові інтеграційні процеси призвели до зростання конкуренції як на світових ринках, так і на внутрішньому ринку України. Міжнародна торгівля за своїми масштабами й функціями в загальному комплексі міжнародних економічних відносин зберігає винятково важливе значення. Вхідження економіки України в систему світових господарських відносин зумовлює необхідність розширення експортного потенціалу України. Одним із важливих напрямів розвитку експортних можливостей національної економіки є експортний потенціал підприємств ринку товарів щоденного користування (англ. Fast moving consumer goods, далі – FMCG).

Розвиток експортного потенціалу відіграє стратегічну роль у вдосконаленні діяльності підприємств ринку FMCG і стає інструментом активізації наявних і потенційних конкурентних переваг суб'єктів мікроекономіки. Величина експортного потенціалу підприємства характеризує конкурентні можливості продукції компанії на міжнародному ринку. Зростання експортного потенціалу засноване не тільки на збільшенні продажів конкретного виду продукції, воно також нерозривно пов'язано з можливістю вийти на ринки інших країн в найближчому майбутньому.

На сьогоднішній день в Україні недостатньо дослідженими й обґрунтованими залишаються такі важливі аспекти експортної діяльності

підприємств ринку FMCG, як обґрунтування цін на експортну продукцію, номенклатури, асортименту та обсягів експорту продукції, вибір ринків збуту і безпосередньо механізм розширення експортної діяльності підприємства. А дже ринок FMCG – один з найбільш конкурентних і витончених по способам, інструментам та атмосфері просування і продажів, по стилям покупок. Вказані обставини визначили актуальність і практичне значення обраної теми дослідження.

Експортний потенціал підприємства як економічна категорія та об'єкт аналізу набув підвищеної уваги вчених і практиків у галузі міжнародного бізнесу. Його домінуюча роль у формуванні міжнародних конкурентних переваг доведена у багатьох працях вітчизняних і зарубіжних вчених, серед них В. Авдєєнко, Е. Брагіна, В. Дружиніна, С. Дубков, С. Козьменко, В. Лосев, Т. Мельник, О. Олексюк, Л. Серова, П. Стичішин, Н. Тюріна. Серед науковців ХНЕУ ім. С. Кузнеця особливу увагу дослідженню експортного потенціалу приділяли Л. Піддубна, В. Пономаренко, О. Шестакова. Традиційно в економічній літературі досліджуються питання визначення сутності експортного потенціалу в розрізі національної та регіональної економіки, визначаються фактори зовнішнього впливу на розвиток експортного потенціалу відповідного рівня, аналізуються критерії ефективності використання експортного потенціалу.

Метою даної роботи є оцінка експортного потенціалу підприємства ринку FMCG та розробка рекомендацій щодо його вдосконалення.

Завданнями роботи є:

проаналізувати теоретичні підходи до тлумачення поняття експортного потенціалу підприємства;

розглянути методичні підходи щодо оцінки експортного потенціалу підприємства;

оцінити експортний потенціал ПАТ «САН ІнБев Україна»;

розглянути шляхи підвищення експортного потенціалу ПАТ «САН ІнБев Україна» та розробити відповідні рекомендації щодо вдосконалення системи управління експортним потенціалом;

розрахувати економічну ефективність від впровадження запропонованих рекомендацій.

Об'єктом дослідження виступає процес управління експортним потенціалом підприємства на зовнішніх ринках.

Предметом дослідження є теоретико-методичні аспекти управління експортним потенціалом підприємства ПАТ «САН ІнБев Україна» на зовнішніх ринках.

Інформаційною базою дипломної роботи є дослідження сучасних спеціалістів експортного потенціалу промислових підприємств. При проведенні дослідження використовувались нормативно-правові акти в галузі експортної діяльності підприємств, наукові видання, статті та періодика, а також дані фінансової та економічної діяльності ПАТ «САН ІнБев Україна».

У процесі роботи використовувались методи системного підходу, статистичного та математичного аналізу.

Дипломну роботу викладено на 107 сторінках. Вона складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Матеріал дипломної роботи проілюстровано 24 таблицями та 19 рисунками.