

**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: "Формування системи міжнародного маркетингу підприємства"

Виконала: студентка 2 року навчання,
групи 8.06.47.12.01,
спеціальності 8.03060104 "Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності"

Пустовід К.В.

Керівник: к.е.н., доцент Астахова І.Е.

Рецензент: к.е.н., Рудика В.І.

Харків – 2014 рік

РЕФЕРАТ

Черговий етап розвитку української економіки впритул підвів українські підприємства до усвідомлення проблеми необхідності практичного застосування маркетингових принципів у своїй повсякденній діяльності. Однак, для цього потрібні не тільки підготовлені фахівці, а значні зусилля по створенню управлінських структур, у задачу яких входить аналіз, планування, організація і контроль міжнародної маркетингової діяльності на підприємстві.

Мета даної роботи полягає в обґрунтуванні і методологічній розробці основних теоретичних принципів і практичних рекомендацій щодо удосконалювання системи міжнародного маркетингу на підприємстві.

Поставлена мета визначає головні задачі, що підлягають вирішенню в даній роботі:

- а) аналіз маркетингового середовища підприємства та ступеня готовності компанії до реалізації маркетингової стратегії;
- б) розробка й обґрунтування заходів щодо удосконалювання міжнародної маркетингової діяльності підприємства;
- в) розрахунок економічної ефективності запропонованих заходів.

Базою дослідження виступає ДП «Завод хімічних реактивів» НТК «Інститута монокристалів» НАНУ.

Об'єктом дослідження є маркетингова діяльність досліджуваного підприємства на міжнародному ринку.

Предметом дослідження є аспекти організації міжнародної маркетингової діяльності на цьому підприємстві.

Методами дослідження підприємства виступають наступні:

- а) аналіз економічних показників діяльності і складових елементів макро- і мікросередовища підприємства;
- б) маркетингові дослідження можливих зовнішніх ринків і внутрішніх резервів підприємства.

Основними теоретичними і методологічними джерелами при написанні даної роботи були українські й іноземні видання, присвячені міжнародному маркетингу і управлінню міжнародною маркетинговою діяльністю на підприємстві. Практична частина роботи побудована на даних маркетингових дослідженнях.

Практичне використання результатів і впровадження запропонованих заходів дасть позитивний ефект, що дозволить підвищити рівень прибутку підприємства і буде сприяти розширенню його ринкової частки.

Робота складається з 5 розділів: теоретичний, аналітичний, проектний, технологічна частина, охорона праці та безпека в надзвичайних ситуаціях.

У даній роботі запропоновані процеси формування міжнародної маркетингової діяльності підприємства, які складаються з послідовних етапів. Вони передбачають: визначення проблем і цілей розвитку підприємства, дослідження можливих зовнішніх ринків та внутрішніх резервів, а також розробку міжнародної маркетингової діяльності для виходу на зовнішній ринок і адаптації в міжнародному бізнесі. На основі проведення аналізів, таких як: дерево рішень, матриця БКГ і формування міжнародного комплексу маркетинг-міксу сформовано ясну картину підприємства, її ризиків, можливостей і виявлено напрямки розвитку міжнародної маркетингової діяльності досліджуваного підприємства.

Дослідження міжнародної маркетингової діяльності підприємства було розбито на чотири чітко окреслених у часі етапи, кожен з яких має власну мету, завдання, методику, що застосовуватиметься під час його реалізації та різні очікувані результати. Послідовне виконання запропонованих заходів призводитиме до збільшення обсягу продажів продукції компанії вже з кожним наступним реалізованим етапом.