

**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: " Управління маркетинговими дослідженнями зовнішніх ринків
підприємства "

Виконав: студент 2 року навчання,
групи 8.06.47.12.01, 2
спеціальності 8.03060104 "Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності"

Зубченко Є.А.

Керівник: к.е.н., доцент Сушко Л.М.

Рецензент: к.е.н., доцент Огієнко С.О.

РЕФЕРАТ

В сучасних умовах збільшується потреба господарюючих суб'єктів у достовірній і адекватній інформації стосовно процесів, які відбуваються на окремих ринках. Це обумовлюється тим, що для зайняття компанією конкурентоспроможної позиції на ринку, утримання чи розширення сегмента ринку надзвичайно важливим в сучасних економічних умовах стає механізм комплексного рішення проблеми адекватності її функціонування умовам та вимогам маркетингового середовища, аналіз та прогнозування якого є прерогативою маркетингових досліджень.

Маркетинговий аналіз передбачає визначення та оцінку ринку діяльності підприємства, дослідження зовнішнього середовища з метою виявлення потенційних можливостей для роботи, а також отримання конкурентної переваги. Не менш важливим буде і визначення слабких сторін підприємства для подальшого планування методів їх усунення та зміцнення позицій у галузі спеціалізації. Інформація необхідна для маркетингового аналізу збирається в результаті проведення маркетингових досліджень.

Як доводить практика, більшість українських торговельних підприємств мало уваги приділяють дослідженням. Головна причина цього - відсутність теоретичних знань і практики оцінки у самих підприємств, а також не достатня кількість фірм, що пропонують подібні види послуг. А оскільки дослідження також вимагають і фінансових витрат, то це є ще однією причиною відмовитись від них. Але міжнародна практика показує не тільки важливість маркетингових досліджень, але і їх необхідність практично для всіх видів підприємств.

Без маркетингових досліджень жодне підприємство не зможе правильно зорієнтуватися в складній ринковій ситуації, достовірно оцінити своє положення на ринку, а також спрогнозувати подальше свій розвиток. Маркетингові дослідження мабуть є єдиний спосіб отримати унікальну

інформацію про ринок, без якої маркетинг залишається лише непотрібною теорією. Тому дипломна робота на сьогодні є актуальною.

Теоретичні основи управління маркетинговими дослідженнями підприємств розглянуто у наукових працях вітчизняних та зарубіжних учених-економістів: Д. Аакера, Г.Л. Азоєва, К.Л. Келлера, Ф. Котлера, Н. Малхотра, Е.А. Михайлової, Г. Черчилля та інших.

Мета даної роботи – розробити шляхи удосконалення існуючих бізнес процесів використовуючи маркетингові дослідження з метою удосконалення якості послуг, що надаються підприємством.

Для досягнення даної мети у роботі поставлено та вирішено наступні задачі: розкрито економічну сутність маркетингових досліджень; розглянуто особливості маркетингових досліджень; проведена оцінка якості маркетингових досліджень та ефективності їх використання.

Об'єктом дослідження є процес управління маркетинговими дослідженнями для розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства ПАТ «Завод «Південкабель».

Предмет дослідження – теоретичні та методичні підходи до управління та оцінки маркетинговими дослідженнями зовнішніх ринків підприємства.

Методами дослідження є метод аналізу, синтезу, індукції, дедукції, абстракції та порівняльний аналіз .

Інформаційною базою для написання роботи є основний текст праць вітчизняних та зарубіжних вчених, законодавча база, фінансова звітність підприємства за 2010-2012 роки.