

**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: "Стратегічне управління міжнародною маркетинговою діяльністю підприємства"

Виконав: студент 2 року навчання,  
групи 8.06.07.12.03,  
спеціальності 8.03050301 "Міжнародна  
економіка"

Саакян Г.А.

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

Рецензент: к.е.н., доцент Телешевська Л.І.

Харків – 2014 рік

## РЕФЕРАТ

Сучасний стан економіки України характеризується відємним сальдо торгівельного балансу, що вимагає розробки заходів по вдосконаленню стратегії виходу підприємств на зовнішні ринки, з метою збільшення обсягів продукції по експорту.

Конкурентна боротьба на світових ринках вимагає масштабного вдосконалення стратегії у міжнародній маркетинговій діяльності підприємства, здатна посилити позиції підприємства на ринку та забезпечити високу ефективність зовнішньоекономічної діяльності.

Серед вітчизняних і зарубіжних учених, які зробили внесок в розробку наукових принципів аналізу різних аспектів міжнародної діяльності підприємств, зробили: О. Білорус, М. Делягін, Е. Кочетов, А. Кредісов, Д. Лук'яненко, Ю. Макогон, М. Портер, І.Сазонець, С. Соколенко, А. Філіпенко, В. Юхименко та ін.

Детальний аналіз підходів і концепцій управління підприємством в зовнішньоекономічній сфері показав, що на сьогодні дослідження щодо теоретичного й методичного обґрунтування вибору напрямків стратегічного розвитку в трансформаційному періоді економіки країн, що розвиваються в умовах сучасних міжнародних відносин, потребують узагальнення та аналізу.

Ці завдання повинні вирішуватися комплексно, на основі системного підходу до формування та реалізації стратегій розвитку підприємства в умовах активізації й посилення впливу міжнародних відносин на його діяльність.

Мета даної роботи полягає в теоретичному обґрунтуванні, розробці методичного інструментарію і прикладних рекомендацій щодо стратегії управління міжнародною маркетинговою діяльністю підприємства ДНВП «Комунар» на зовнішніх ринках.

Досягнення поставленої мети зумовило необхідність постановки наступних логічно пов'язаних та послідовно розглянутих завдань:

провести аналіз теоретичних підходів до міжнародної маркетингової діяльності підприємства ;

проаналізувати фінансово-економічну діяльність «Комунар»;

проаналізувати ЗЕД та маркетингову діяльність підприємства на зовнішніх ринках;

розробити рекомендації з вдосконалення у ММДП;

Об'єктом дослідження є теоретично-методичні підходи до стратегічного управління ММДП.

Предметом дослідження є методичні підходи до формування системи управління міжнародної маркетингової діяльності підприємства ДНВП «Комунар».

Теоретичною і методичною основою роботи є положення економічної теорії, теорій стратегічного управління та стратегічного планування, дослідження проблем міжнародної діяльності підприємств в сучасних умовах протікання світових економічних процесів.

Практична цінність роботи полягає у тому, що розроблені методичні підходи та обґрунтовані теоретичні положення, доведені до рівня практичних рекомендацій й можуть бути використані суб'єктами господарювання з метою підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності. Практичне значення мають рекомендації щодо оцінки маркетингового потенціалу підприємства і рівня конкурентоспроможності продукції; обґрунтування маркетингової стратегії шляхом побудови стратегічного профілю зовнішньоекономічної діяльності.