

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН,
УПРАВЛІННЯ І БІЗНЕСУ
КАФЕДРА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Кваліфікаційна робота

Магістр

рівень вищої освіти

на тему: **«РОЗРОБЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ МІЖНАРОДНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ХАРЧОВОГО ПІДПРИЄМСТВА
(на прикладі ТОВ «ВІКОН ЛТД»)»**

Виконав: студент 2 курсу, групи 6Мзд
спеціальності 073 «Менеджмент»
освітньо-професійної програми «Менеджмент
зовнішньоекономічної діяльності»

Таран І.О.

(прізвище та ініціали)

Керівник : д.е.н., проф. Фомішина В.М.

(прізвище та ініціали)

Рецензент: Горшколат М.О.

Херсон 2021 року

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота освітнього рівня «магістр» на тему «Розроблення стратегії міжнародної діяльності харчового підприємства (на прикладі ТОВ «ВІКОН ЛТД»)» містить 111 сторінок, 31 таблиця, 22 рисунки, 24 формул. Перелік посилань нараховує 71 найменування.

Метою дослідження є: дослідження аспектів стратегічного управління міжнародною діяльністю для розвитку експортної діяльності на зовнішньому ринку.

Об'єктом дослідження є: процес формування стратегії міжнародної діяльності харчового підприємства.

Предметом дослідження є: теоретико-методичні засади та особливості стратегії експорту підприємства.

У роботі для досягнення поставленої мети було використано такі **методи дослідження**: прогнозування обсягів реалізації продукції при аналізі господарської (у тому числі і зовнішньоекономічної діяльності), теоретичні (аналіз, систематизація, узагальнення), табличний, графічний. Було застосовано статистичні методи дослідження числових даних: вертикальний (структура показників) та горизонтальний (динаміка показників) аналіз.

Висновки та рекомендації роботи можуть знайти конкретну реалізацію в діяльності, в пропозиціях щодо започаткування експорту продукції підприємства у контексті виходу та розвитку його зовнішньоекономічної діяльності на ринку Молдови.

Розроблені в кваліфікаційній роботі **рекомендації** щодо механізму реалізації стратегічного плану запровадження експорту печива у Молдову представлені на розгляд керівнику підприємства, де було визнано можливість практичного застосування в майбутньому окремих заходів та пропозицій щодо впровадження.

Можливими напрямками продовження досліджень можуть бути стратегія розширення присутності продукції підприємства на зовнішніх ринках.

Ключові слова: стратегія, управління, зовнішньоекономічна діяльність, зовнішні ринки, міжнародна діяльність, експорт, харчове підприємство, борошняна кондитерська продукція.

ABSTRACT

The magistrate project on the topic thesis «Development of the strategy for an international activity of the food enterprise (the case of LLC «VIKON LTD»)» contains 111 pages, 31 tables, 22 figures, 24 formulas. The list of references includes 71 names.

The aim of the project is to study aspects of strategic management of international activities for the development of export activities in foreign markets.

The research object is: the process of forming a strategy of international food business.

The subject of the study is theoretical and methodological principles and features of the export strategy of the enterprise.

The project used the following **methods**: forecasting sales of products in the analysis of business (including foreign trade activities), theoretical (analysis, classification, generalization), spreadsheet, graphic. Statistical methods of numerical data was used: vertical (structure indicators) and horizontal (dynamic performance) analysis.

Conclusions and recommendations of work can find a specific implementation in proposals for the starting of flour production in the context of the output and development of its foreign economic activity in the Belarusian market.

Developed in the research paper **recommendations** for the beginning of export of production of the enterprise in the context of an exit and development of its foreign economic activity in the market of Moldova were presented to the head of the company, which was considered the possibility of practical use in future individual measures and proposals for implementation..

The possible areas of further research can be a strategy to expand the presence of the company's products in foreign markets.

Keywords: strategy, management, foreign economic activity, foreign markets, international activity, export, food enterprise, flour confectionery.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	10
1.1. Управління міжнародною діяльністю підприємства: суть і особливості	10
1.2. Характеристика та фактори виходу підприємства на світовий ринок	21
1.3. Методичні аспекти формування стратегії розвитку міжнародної діяльності підприємства в сучасних умовах	31
Висновки до розділу 1.....	40
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ УМОВ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ВІКОН ЛТД» НА РИНКУ ХАРЧОВОЇ ПРОДУКЦІЇ	41
2.1. Організаційна та техніко-економічні характеристики діяльності ТОВ «ВІКОН ЛТД»	41
2.2. Аналіз фінансово-економічної діяльності підприємства ТОВ «ВІКОН ЛТД»	50
2.3. Діагностика внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування підприємства	60
Висновки до розділу 2.....	69
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБЛЕННЯ ТА ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МІЖНАРОДНОЇ СТРАТЕГІЇ ТОВ «ВІКОН ЛТД»	71
3.1. Аналіз конкурентних умов на світовому ринку борошняних кондитерських виробів	71
3.2. Розроблення стратегії впровадження міжнародної діяльності ТОВ «ВІКОН ЛТД»	80
3.3. Оцінка ефективності впровадження експортної діяльності ТОВ «ВІКОН ЛТД» з використанням ЕОМ	87
Висновки до розділу 3.....	98
ВИСНОВКИ	101
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	105

ВСТУП

Актуальність теми. Послідовна інтеграція України в Європейське економічне Співтовариство відкриває великі можливості для просування української продукції на ринки Європи. Прагнення отримати прибуток більший, ніж усередині країни, спонукує підприємства виходити на міжнародний ринок. Незважаючи на присутність фактора невизначеності в новому середовищі (нові конкуренти, мінлива ринкова кон'юнктура, коливання валютних курсів, політична нестабільність і ін.), підприємство прагне нарощувати свою присутність на світовому ринку.

Відчувши на собі недоліки перших, скоріше спонтанних і імпульсивних дій, підприємство починає застосовувати стратегічне планування. Успішне його використання дає можливість фірмі досягти ефективної підприємницької діяльності на зовнішньому ринку.

Висока складність економічних явищ і процесів у світовому господарстві і зростаюча кількість елементів (за рахунок зовнішніх), що оточують підприємство, робить стратегічне планування обов'язковою умовою господарської діяльності. До того ж, потреба в зваженій політиці і передбаченні результатів міжнародної діяльності фірми зростає зі збільшенням кількості ринків, де вона проводить свою комерційну діяльність.

Таким чином, вироблення й оптимізація міжнародної стратегії підприємства, що втілюється в процесі сканування світового ринку, визначення глобальних і локальних цілей зовнішньоекономічної діяльності, виборі кращих сегментів (ніш). Ця діяльність у більшій мірі дозволить досягти обране цілей: приведення експортного потенціалу підприємства у відповідність з цими цілями, вибір кращих партнерів по експортно-імпортних операціях з метою запобігання неефективних міжнародних ринкових транзакцій.

Проблемами виходу підприємства на зовнішній ринок займаються

такі відомі вчені, як Азоєв Г.Л., Багієв Г.Л., Тарасевич В.М., Голубков Є.П., Маджаро С., Новицький В.Є., Оборська С.В. й інші.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження аспектів стратегічного управління міжнародною діяльністю для розвитку експортної діяльності на зовнішньому ринку.

Із мети дослідження випливають такі **завдання**:

- теоретично обґрунтувати суть і особливості управління міжнародною діяльністю підприємства;
- охарактеризувати фактори виходу підприємства на світовий ринок;
- визначити методичні підходи **до** формування стратегії розвитку міжнародної діяльності підприємства в сучасних умовах;
- надати загальну техніко-економічну характеристику підприємства;
- проаналізувати фінансово-економічну ефективність підприємства;
- провести діагностику внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування підприємства;
- дослідити конкурентні умови на світовому ринку борошняних кондитерських виробів;
- сформулювати стратегію впровадження міжнародної діяльності;
- оцінити ефективність стратегічних заходів ТОВ «ВІКОН ЛТД» на ринку Молдови.

Об'єктом дослідження даної роботи є процес формування стратегії міжнародної діяльності харчового підприємства.

Предмет дослідження – теоретико-методичні засади та особливості стратегії експорту підприємства.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети й виконання завдань у роботі використано низку загальнонаукових і спеціальних методів, а саме: методи індукції та дедукції – для розгляду

понять «стратегія» та «міжнародна діяльність»; спостереження й узагальнення – для визначення місця України на світовому ринку; статистичний та графічний методи – для аналізу позиції українських аграрних підприємств на світовому продовольчому ринку, причинно-наслідковий метод і метод експертної оцінки; методи системно-структурного аналізу, метод дисконтування.

Елементи наукової новизни. Наукова новизна дослідження полягає в теоретично-методичному обґрунтуванні та прикладному опрацюванні стратегії управління міжнародною діяльністю харчового підприємства.

Практична значущість. Висновки та рекомендації роботи можуть знайти конкретну реалізацію в діяльності ТОВ «ВІКОН ЛТД».

Апробація результатів роботи. Основні практичні результати дослідження доповідались на: Всеукраїнських науково-практичних конференціях молодих вчених, аспірантів та студентів «Професійне становлення молоді в умовах інтеграційного розвитку України» та «Стратегії міжнародної економічної діяльності підприємств в умовах глобалізації» із тезами: «Діяльність транснаціональних корпорацій», «Актуальні проблеми міжнародного валютного фонду», «Transformation of international information and institutional foundations, their impact on the equilibrium of a representative firm in international business», «Документообіг в міжнародних компаніях», «Сучасні тенденції адміністративного менеджменту у світі».