

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Навчально-науковий інститут економіки

Факультет менеджменту

Кафедра менеджменту

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
кваліфікаційної роботи ступеня магістр

студентки _____ Шевцової Ілони Сергіївни _____
(прізвище, ім'я, по батькові)

академічної групи _____ 073М-21-2 _____
(шифр)

спеціальності 073 Менеджмент

за освітньо-професійною програмою Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності

на тему _____ Формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства (за матеріалами ПрАТ «ДМЗ») _____
(назва за наказом ректора)

Керівник кваліфікаційної роботи	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
	Усатенко О.В.			
Рецензент				
Нормоконтролер	Усатенко О.В.			

Дніпро
2022

ЗАТВЕРДЖЕНО:

завідувач кафедри менеджменту

_____ В.Я. Швець

(підпис)

«26» вересня 2022 р.

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеня магістр

студентці Шевцовій І.С. академічної групи 073М-21-2

(прізвище та ініціали)

(шифр)

спеціальності 073 Менеджмент

за освітньо-професійною програмою Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності

на тему Формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства (за матеріалами ПрАТ «ДМЗ»)

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від 18.10.2022 р. № 1144-с

Розділ	Зміст	Термін виконання
Теоретично-методологічний розділ	Теоретичні основи формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності	26.09.2022 р. – 23.10.2022 р.
Дослідницько-аналітичний розділ	Аналіз функціонування ПрАТ «ДМЗ» та особливостей просування товарів на зовнішні ринки	24.10.2022 р. – 20.11.2022 р.
Проектно-рекомендаційний розділ	Формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «ДМЗ» як експортно-орієнтованого підприємства	21.11.2022 р. – 11.12.2022 р.

Завдання видано _____

Усатенко О.В.

(підпис керівника)

(прізвище, ініціали)

Дата видачі «26» вересня 2022 року

Дата подання до екзаменаційної комісії «11» грудня 2022 року

Прийнято до виконання _____ Шевцова І.С.

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи магістра

студентки групи 073м-21-2

НТУ «Дніпровська політехніка»

Шевцової Ілони Сергіївни

на тему: Формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності

підприємства (за матеріалами ПрАТ «ДМЗ»)

Ключові слова: ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА, СТРАТЕГІЯ, СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ, ЕКСПОРТНО-ОРІЄНТОВАНЕ ПІДПРИЄМСТВО.

Структура роботи: 105 сторінок комп'ютерного тексту; 24 рисунки; 33 таблиці; 57 джерел посилання.

Об'єкт розроблення – процес формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Мета роботи – теоретичні, методичні та практичні підходи до формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Основні результати кваліфікаційної роботи магістра полягають у такому: досліджено та вдосконалено стратегічне планування зовнішньоекономічної діяльності підприємства; з'ясувано особливості формування міжнародної маркетингової стратегії як складової стратегії ЗЕД; розглянуто організаційно-економічну характеристику підприємства; надано аналіз зовнішнього конкурентного середовища підприємства; проведено економічний аналіз показників діяльності ПрАТ «ДМЗ»; проаналізувано зовнішньоекономічні зв'язки ПрАТ «ДМЗ»; обґрунтовано необхідність формування зовнішньоекономічної стратегії ПрАТ «ДМЗ» як експортно-орієнтованого підприємства; впроваджено зовнішньоекономічну стратегію у ПрАТ «ДМЗ» та оцінити її ефективність.

Методи дослідження: спостереження, порівняння, вимірювання, моделювання, аналіз і синтез.

Результати кваліфікаційної роботи магістра рекомендовано для використання на металургійних підприємствах.

Сфера застосування: формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Економічна ефективність запропонованих заходів: формування стратегії ЗЕД дозволять збільшити виручку від реалізації на 33,28% за прогнозами експертів.

SUMMARY

Master's qualification thesis

Student group 073M-21-2

Dnipro University of Technology

Shevtsova Iлона Serhiivna

Formation of the strategy of foreign economic activity of an enterprise
(based on the materials of Private JSC "DMZ")

Key words: FOREIGN ECONOMIC ACTIVITIES OF THE ENTERPRISE, STRATEGY, STRATEGIC PLANNING, EXPORT-ORIENTED ENTERPRISE.

Structure of the work: 105 pages of computer text; 24 drawings; 33 tables; 57 sources of links.

Object of the research is the process of forming the strategy of the enterprise's foreign economic activity.

Purpose of qualification thesis is theoretical, methodical and practical approaches to the formation of the strategy of the enterprise's foreign economic activity.

Main results of qualification thesis degree are: the strategic planning of the enterprise's foreign economic activity has been researched and improved; the peculiarities of the formation of the international marketing strategy as a component of the foreign trade strategy are clarified; the organizational and economic characteristics of the enterprise are considered; an analysis of the external competitive environment of the enterprise is provided; conducted an economic analysis of performance indicators of PJSC "DMZ"; the foreign economic relations of PJSC "DMZ" were analyzed; the need to form a foreign economic strategy of PJSC "DMZ" as an export-oriented enterprise is substantiated; the foreign economic strategy was implemented in PJSC "DMZ" and its effectiveness was evaluated.

Research methods: observation, comparison, measurement, modeling, analysis and synthesis.

The results of the master's qualification work are recommended for use at metallurgical enterprises.

Scope: formation of the strategy of the enterprise's foreign economic activity.

The economic efficiency of the proposed measures: the formation of the foreign exchange strategy will allow to increase the revenue from implementation by 33.28% according to experts' forecasts.

ЗМІСТ

Вступ	4
1 Теоретичні основи формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності	7
1.1 Особливості розробки стратегії та організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства в сучасних глобалізаційних умовах господарювання	7
1.2 Дослідження та вдосконалення стратегічного планування зовнішньоекономічної діяльності підприємства	14
1.3 Формування міжнародної маркетингової стратегії як складової стратегії ЗЕД	22
2 Аналіз функціонування ПрАТ «ДМЗ» та особливостей просування товарів на зовнішні ринки	31
2.1 Організаційно-економічна характеристика підприємства	31
2.2 Аналіз зовнішнього конкурентного середовища	37
2.3 Економічний аналіз показників діяльності ПрАТ «ДМЗ»	50
2.4 Зовнішньоекономічні зв'язки ПрАТ «ДМЗ»	63
3 Формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності ПрАТ «ДМЗ» як експортно-орієнтованого підприємства	72
3.1 Обґрунтування необхідності формування зовнішньоекономічної стратегії ПрАТ «ДМЗ» під впливом пандемії COVID-19 та воєнної кризи	72
3.2 Впровадження зовнішньоекономічної стратегії у ПрАТ «ДМЗ» та оцінювання її ефективності	80
Висновки	90
Перелік джерел посилань	96

ВСТУП

Актуальність теми. Характерною рисою функціонування сучасного світового господарства є інтенсивний розвиток міжнародних економічних відносин, однією із форм яких є зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) підприємства. Ведення ЗЕД підприємствами передбачає її чітку організацію, одним із основних елементів якої є визначення стратегії ЗЕД, оскільки від правильності її постановки безпосередньо залежить ефективність виходу підприємства на зовнішній ринок, що і зумовлює актуальність обраної теми дослідження.

Сучасне становище світової економіки є складним і нестабільним, а темпи змін на ньому часто випереджають реакцію підприємства, що викликає труднощі ведення бізнесу. Стратегічне планування є актуальним питанням і стає необхідним за таких умов, але для більшості українських підприємств є досить новим явищем. Здійснення стратегічного планування зовнішньоекономічної діяльності сприяє економічному зростанню та підвищенню ефективності розвитку підприємства. Успіх його здійснення визначається тим, наскільки підприємство вдало пристосовується до економічного, політичного, соціального та інших напрямків середовища іноземних ринків.

Сучасна економіка стрімко розвивається під впливом процесу цифрової трансформації, який можна спостерігати практично в усіх галузях економіки і бізнесу. Створення інновацій та використання штучного інтелекту відкрили перед компаніями величезні можливості щодо підвищення рівня їх конкурентоспроможності, продуктивності, створення та отримання додаткової вартості. З іншого боку, зумовлені корона-кризою виклики і загрози, змусили бізнес адаптуватися до нових ринкових умов шляхом впровадження інноваційних бізнес-стратегій. Постала гостра потреба у пошуку нестандартних рішень, створенні нових підходів ведення бізнесу, розробці адекватних маркетингових заходів, які б відповідали запитам і

тенденціям ринку. Відповідно, питання створення та реалізації ефективних маркетингових стратегій і надалі залишаються актуальними, адже значна кількість експертів надає їм першорядного значення у процесі формування загальної бізнес-стратегії розвитку мультинаціональних компаній.

Мета кваліфікаційної роботи – теоретичні, методичні та практичні підходи до формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Для досягнення цієї мети в роботі вирішувалися наступні завдання:

- проаналізувати особливості розробки стратегії та організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства в сучасних глобалізаційних умовах господарювання;

- дослідити та вдосконалити стратегічне планування зовнішньоекономічної діяльності підприємства;

- з'ясувати особливості формування міжнародної маркетингової стратегії як складової стратегії ЗЕД;

- розглянути організаційно-економічну характеристику підприємства;

- надати аналіз зовнішнього конкурентного середовища підприємства;

- провести економічний аналіз показників діяльності ПрАТ «ДМЗ»;

- проаналізувати зовнішньоекономічні зв'язки ПрАТ «ДМЗ»;

- обґрунтувати необхідність формування зовнішньоекономічної стратегії ПрАТ «ДМЗ» як експортно-орієнтованого підприємства;

- впровадити зовнішньоекономічну стратегію у ПрАТ «ДМЗ» та оцінити її ефективність.

Об'єкт розроблення – процес формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

Предмет розроблення – теоретичні, методологічні та організаційно-економічні підходи до формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства ПрАТ «ДМЗ».

У процесі роботи використовувались такі методи: спостереження, порівняння, вимірювання, моделювання, аналіз і синтез.

Практична значущість одержаних результатів полягає у можливості

формування стратегії ЗЕД дозволять збільшити виручку від реалізації на 33,28% за прогнозами експертів. Співробітники економічного відділу рекомендувати керівництву у перспективі дотримуватися незмінними такі показники, як фондвіддача основних коштів (2,38 грн./грн.) та коефіцієнт оборотності оборотних коштів (3,53 обороту). Саме за розрахунками, виходячи з цих положень, вартість основних необоротних коштів збільшиться на 622338 тис. грн., а оборотних коштів – на 417977 тис. грн. Чистий прибуток, в свою чергу, збільшиться на 522236 тис. грн. за рахунок дії закону про економію на умовно постійних. Ці фактори позитивно вплинуть на усі показники ділової активності: рентабельність основних фондів зросте на 26,21%, рентабельність підприємства – на 15,65%, що підтверджує ефективність запропонованих заходів.