

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

Навчально-науковий інститут економіки

Факультет менеджменту

Кафедра менеджменту

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
Кваліфікаційної роботи ступеня бакалавра

студентки Саксонової Катерини Владиславівни
академічної групи 073-19-1
спеціальності 073 Менеджмент
на тему Формування стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок (за матеріалами ТОВ «Люстдорф»)

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

Дніпро
2023

ЗАТВЕРДЖЕНО:

завідувач кафедри менеджменту

_____ Швець В.Я.

(підпис)

« 01 » травня 2023 року

**ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеня бакалавра**

студентці Саксоновій К.В., академічної групи 073-19-1

спеціальності 073 Менеджмент

на тему Формування стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок (за матеріалами ТОВ «Люстдорф»)

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від 02 травня 2023 р. № 314-с

Розділ	Зміст	Термін виконання
Теоретичний	Теоретичні засади стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок	01.05.2023 р. – 11.05.2023 р.
Аналітичний	Аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Люстдорф»	12.05.2023 р. – 26.05.2023 р.
Рекомендаційний	Формування зовнішньоекономічної стратегії шляхом впровадження інноваційно-інвестиційного проєкту у ТОВ «Люстдорф»	27.05.2023 р.– 09.06.2023 р.

Завдання видано

Швець В.Я.

(підпис керівника)

Дата видачі « 01 » травня 2023 року

Дата подання до екзаменаційної комісії « 12 » червня 2023 року

Прийнято до виконання

Саксонова К.В.

(підпис студента)

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи бакалавра
студентки групи 073-19-1
НТУ «Дніпровська політехніка»
Саксонової Катерини Владиславівни

на тему: Формування стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок (за матеріалами ТОВ «Люстдорф»)

КЛЮЧОВІ СЛОВА: СТРАТЕГІЯ, ЗОВНІШНІЙ РИНОК, ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА СТРАТЕГІЯ, КОНКУРЕНЦІЯ, ЯКІСТЬ, ІННОВАЦІЇ

Структура роботи: 87 сторінок комп'ютерного тексту; 13 рисунків; 34 таблиці; 32 джерела посилання.

Об'єкт розроблення – процес формування стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок.

Мета роботи – теоретичне обґрунтування та розробка практичних рекомендацій щодо формування стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок.

Основні результати кваліфікаційної роботи бакалавра полягають у такому: розглянуто формування сучасної стратегії на підприємстві; охарактеризовано особливості регулювання зовнішньоекономічної діяльності в умовах воєнного стану; досліджено особливості стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок; надана загальна характеристика діяльності ТОВ «Люстдорф»; оцінено конкурентоспроможність ТОВ «Люстдорф»; проаналізовано показники фінансово-господарського стану ТОВ «Люстдорф»; сформовано інноваційний проєкт під назвою «Йом-ом-ням» для виходу ТОВ «Люстдорф» на зовнішній ринок; розглянуто впровадження інвестиційно-інноваційного проєкту у ТОВ «Люстдорф» при виході на зовнішній ринок.

Методи дослідження – графічний (подання статистичних та аналітичних даних у наочному вигляді), порівняльний, абстрактно-логічний, системний та метод аналізу, а саме: традиційні PEST- та SWOT-аналізи; аналіз за моделлю п'яти конкурентних сил Портера; аналіз конкурентного середовища експертним методом; аналіз матриці БКГ; аналіз конкурентного середовища методом, що заснований на теорії ефективності.

Результати кваліфікаційної роботи бакалавра рекомендовано для використання на виробничих підприємствах, які спеціалізуються на виробництві молочних продуктів.

Сфера застосування – при обґрунтуванні ефективності рішень при формуванні зовнішньоекономічної стратегії виробничого підприємства.

Економічна ефективність запропонованих заходів – Загальна сума NPV, при вартості власного капіталу 25,5%, розміру власних коштів 181895

тис. грн. і наявних чистих грошових потоках, складає 1045,48 тис. грн., що свідчить про ефективність проєкту. IRR дорівнює 22,47% і перевищує вартість власного капіталу на 4,47 %. Дисконтований термін окупності складає 5 років та 11 місяців від початку інноваційно-інвестиційного проєкту.

Значимість роботи – застосування запропонованих рекомендацій на молокопереробному підприємстві задля виходу на зовнішні ринки шляхом впровадження інноваційно-інвестиційного проєкту йогуртового морозива із унікальною рецептурою.

ABSTRACT

of qualification paper for the Bachelor's degree
by the student of the academic group ...
Dnipro University of Technology
Saksonova Kateryna Vladyslavivna

Title: Formation of the enterprise strategy for entering the foreign market (based on the materials of LLC "Loostdorf")

KEYWORDS: STRATEGY, FOREIGN MARKET, FOREIGN ECONOMIC STRATEGY, COMPETITION, QUALITY, INNOVATION

Structure: 87 printed pages; 13 figures; 34 tables; 32 references.

Object of development – the process of forming a strategy for entering the foreign market.

The aim of the paper – theoretical substantiation and development of practical recommendations for the formation of the strategy of the enterprise entering the foreign market.

The main findings of the qualification paper for the Bachelor's degree are as follows: the formation of a modern strategy at the enterprise is considered; the peculiarities of the regulation of foreign economic activity in the conditions of martial law are characterized; the peculiarities of the enterprise's strategy of entering the foreign market were investigated; a general description of the activities of LLC "Loostdorf" is provided; the competitiveness of LLC "Loostdorf" was assessed; indicators of the financial and economic condition of LLC "Loostdorf" were analyzed; an innovative project named "Yom-om-yam" was formed for the entry of LLC "Loostdorf" to the foreign market; the implementation of the investment and innovation project in LLC "Loostdorf" upon entering the foreign market was considered.

Research methods – graphic (presentation of statistical and analytical data in a visual form), comparative, abstract-logical, systematization and grouping, tabular, matrix and analysis method, namely: traditional PEST and SWOT analyzes; analysis according to the model of Porter's five competitive forces; analysis of the competitive environment using an expert method; BCG matrix analysis; analysis of the competitive environment by the method based on the theory of efficiency.

The findings of the qualification paper for the Bachelor's degree are recommended for usage at production enterprises specializing in the production of dairy products

Application – on justifying the effectiveness of decisions in the formation of the foreign economic strategy of a manufacturing enterprise

Financial viability of the proposed measures – The total amount of NPV, with an equity value of 25.5%, the amount of own funds is 181895000 thousand UAH and available net cash flows, is 1045.48 thousand UAH, which indicates the effectiveness of the project. The IRR is equal to 22.47% and exceeds the cost of equity by 4.47%. The discounted payback period is 5 years and 11 months from the start of the innovation investment project.

The value of the research – application of the proposed recommendations application of the proposed recommendations at a milk processing enterprise in order to enter foreign markets by implementing an innovation-investment project of yogurt ice cream with a unique recipe.

ЗМІСТ

Вступ.....	3
1 Теоретичні засади стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок..	7
1.1 Формування сучасної стратегії на підприємстві.....	7
1.2 Особливості регулювання зовнішньоекономічної діяльності в умовах воєнного стану.....	14
1.3 Особливості стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок.....	20
2 Аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Люстдорф»	31
2.1 Загальна характеристика діяльності ТОВ «Люстдорф».....	31
2.2 Оцінка конкурентоспроможності ТОВ «Люстдорф».....	36
2.3 Аналіз показників фінансово-господарського стану ТОВ «Люстдорф».....	52
3 Формування зовнішньоекономічної стратегії шляхом впровадження інноваційно-інвестиційного проєкту у ТОВ «Люстдорф».....	60
3.1 Формування інноваційного проєкту під назвою «Йом-ом-ням» для виходу ТОВ «Люстдорф» на зовнішній ринок	60
3.2 Впровадження інвестиційно-інноваційного проєкту у ТОВ «Люстдорф» при виході на зовнішній ринок.....	62
Висновки.....	76
Перелік джерел посилань.....	80

ВСТУП

Актуальність стратегії виходу підприємств на зовнішній ринок вкрай важлива в сучасному глобалізованому світі. Така стратегія дозволяє підприємствам знаходити нові можливості для зростання, розширювати свою клієнтську базу і підвищувати свою конкурентоспроможність. Однією з головних переваг виходу на зовнішній ринок є доступ до нових споживачів і клієнтів. Це особливо важливо для українських підприємств, оскільки внутрішній ринок може бути обмеженим. Заходячи на зовнішні ринки, підприємства отримують можливість розширити свою цільову аудиторію і збільшити обсяги продажів.

Крім того, вихід на зовнішні ринки сприяє диверсифікації ризиків. Залежність від одного ринку може бути небезпечною для підприємства, особливо в умовах економічної нестабільності та політичних змін. Розширення географії діяльності дозволяє підприємствам зменшити ризики, розподіливши їх між кількома ринками. Додатковою перевагою є можливість отримання нових знань та технологій через взаємодію з іноземними партнерами. Виходження на зовнішні ринки відкриває доступ до нових ідей, передових технологій та кращих практик, що можуть сприяти розвитку підприємства і підвищенню його конкурентоспроможності.

Також слід зазначити, що молокопереробна галузь є важливим сектором української економіки і забезпечує виробництво білкових продуктів, які мають високу біологічну цінність для організму людини. Україна має сприятливі природні умови, такі як плодючі ґрунти і великі пасовища, для виробництва молочної продукції. Проте, через ріст цін та зниження купівельної спроможності населення підприємства мають знаходити нові ринки збуту. Тому одним із рішень для досягнення ефективності виробництва молокопереробному підприємству є вихід на зовнішні ринки. Для успішної реалізації виходу на

зовнішній ринок підприємству слід правильно обрати зовнішньоекономічну стратегію.

Впровадження інноваційних проектів є надзвичайно актуальним і важливим елементом зовнішньоекономічної стратегії в сучасному світі. Швидкий розвиток технологій, зміни в економічному середовищі та зростання конкуренції створюють необхідність у впровадженні інновацій, щоб забезпечити стійкий економічний розвиток і підвищити конкурентоспроможність, як на вітчизняному, так і на іноземних ринках. Інновації дозволяють підприємствам створювати конкурентні переваги шляхом розробки нових продуктів і послуг, впровадження ефективних технологій та удосконалення процесів виробництва. А також впровадження інноваційних проектів сприяє залученню прямих іноземних інвестицій, забезпечуючи зростання економіки країни, що в умовах відбудови України є надзвичайно важливим фактором.

Мета кваліфікаційної роботи – теоретичне обґрунтування та розробка практичних рекомендацій щодо формування стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок.

Для досягнення цієї мети, у кваліфікаційній роботі були виконані такі задачі:

- розглянуто формування сучасної стратегії на підприємстві
- охарактеризовано особливості регулювання зовнішньоекономічної діяльності в умовах воєнного стану
- досліджено особливості стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок
- надана загальна характеристика діяльності ТОВ «Люстдорф»
- оцінено конкурентоспроможність ТОВ «Люстдорф»
- проаналізовано показники фінансово-господарського стану ТОВ «Люстдорф»
- сформовано інноваційний проєкт під назвою «Йом-ом-ням» для виходу ТОВ «Люстдорф» на зовнішній ринок

– розглянуто впровадження інвестиційно-інноваційного проєкту у ТОВ «Люстдорф» при виході на зовнішній ринок.

Об’єкт розроблення – процес формування стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок.

Предмет розроблення – теоретичні, методологічні та організаційно-економічні підходи до формування стратегії виходу ТОВ «Люстдорф» на зовнішній ринок.

Під час написання кваліфікаційної роботи були використані такі методи: графічний (подання статистичних та аналітичних даних у наочному вигляді), порівняльний, абстрактно-логічний, систематизації та угруповання, табличний, матричний та метод аналізу, а саме: традиційні PEST- та SWOT-аналізи ;аналіз за моделлю п’яти конкурентних сил Портера; аналіз конкурентного середовища експертним методом; аналіз матриці БКГ; аналіз конкурентного середовища методом, що заснований на теорії ефективності.

Практична значущість полягає у тому, що було запропоновано формування стратегії виходу на зовнішні ринки, яка передбачає впровадження інноваційно-інвестиційного проєкту йогуртового морозива «Йом-ом-ням» із унікальною рецептурою. Загальна сума NPV, при вартості власного капіталу 25,5%, розміру власних коштів 181895 тис. грн. і наявних чистих грошових потоках, складає 1045,48 тис. грн., що свідчить про ефективність проєкту. IRR дорівнює 22,47%.і перевищує вартість власного капіталу на 4,47 %. Дисконтований термін окупності складає 5 років та 11 місяців від початку інноваційно-інвестиційного проєкту.