

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи магістра

студентки Національної академії статистики, обліку та аудиту

Кльоцкіної Яни Олександрівни

Тема: «Стратегія виходу підприємства на зовнішній ринок»

Загальний обсяг роботи складає 103 сторінки.

Містить 11 таблиць, 15 рисунків, 84 літературних джерел.

Актуальність дослідження. В останні двадцять років розвиток міжнародного бізнесу значно пришвидшився за рахунок глобалізаційних тенденцій, які носять все стрімкіший характер. В ході цих ринкових змін та тенденцій докорінним чином змінились принципи та умови функціонування всіх підприємств у світі. Для окремо взятої компанії відкриття нових перспективних ринків збуту стає все більш важливим фактором розвитку та структурних змін бізнесу, для того щоб не тільки не втрачати своїх позицій та не бути витісненим з власного ринку зарубіжними конкурентами, але й розвиватись, примножуючи свій прибуток, розширюючи спектр діяльності, покращуючи властивості своєї продукції, адже відомо, що конкуренція є найкращим стимулом до розвитку, а в нових ринкових умовах, саме міжнародна конкуренція виступає таким рушієм.

На сьогоднішній день, визначну роль, як у міжнародному бізнесі, так і у глобалізаційних процесах, відіграють міжнародні (зокрема транснаціональні) компанії, що дуже швидко захоплюють все нові й нові зарубіжні ринки, успішно адаптуючи свою діяльність до їхніх умов. Діяльність саме міжнародних корпорацій, нині визначає параметри світової економіки.

Безумовно, саме від того, наскільки вдало компанія здатна задіяти наявні власні, та зовнішні ресурси для виходу на новий зарубіжний ринок, того наскільки вдалим методом вона вийде на цей ринок, у якій формі, наскільки успішно адаптуватиме свою власну загальну стратегію до особливостей нового ринку, залежатиме те, наскільки швидко вона досягне головної цілі виходу на новий ринок – максимізації прибутку. Отже, перед компанією виникає

принципово нова потреба в розробці такої стратегії виходу на новий зарубіжний ринок, яка б відповідала всім потребам компанії, гарантуючи найбільш швидке досягнення поставлених цілей. Це вимагає пошуку нових підходів та більшої уваги до визначення формування стратегії виходу компаній на зарубіжний ринок.

Вивчення практики та досвіду виходу міжнародної багатонаціональної компанії на український ринок є досить актуальним, в розрізі здійснення українськими компаніями конкурентного аналізу свої зовнішнього середовища.

Мета кваліфікаційної роботи – обґрунтування рекомендацій та пропозицій щодо подальшого розвитку компанії Puig на українському ринку на основі дослідження особливостей стратегій виходу багатонаціональної компанії Puig на зарубіжні ринки.

Об'єкт кваліфікаційної роботи – стратегії виходу компаній на зарубіжний ринок.

Предмет кваліфікаційної роботи - особливості формування та реалізації стратегії виходу багатонаціональної компанії Puig на зарубіжний ринок.

Використані методи наукового дослідження. У кваліфікаційній роботі використано наступні методи наукового пізнання: історичний – для дослідження еволюції стратегій виходу підприємств на зовнішні ринки; системний – для систематизації існуючих стратегій виходу підприємств на зарубіжні ринки; метод аналізу – для оцінки результатів економічної діяльності компанії на зарубіжному ринку; порівняльний аналізу – для порівняння існуючих та новітніх трендів розвитку глобального парфумерного ринку; PEST-аналізу – для виявлення чинників впливу на розвиток компанії на ринку України особливостей регулювання національного парфумерного ринку та ін.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в формуванні комплексу критеріїв й типових правил прийняття стратегічних рішень стосовно виходу та подальшого розвитку компаній на зарубіжному ринку.

У першому розділі досліджено теорії формування стратегій виходу компаній на зарубіжні ринки, визначено чинники, мотиви та етапи формування стратегій виходу на зовнішні ринки; охарактеризовано види стратегій виходу

компанії на зарубіжний ринок; досліджено особливості функціонування глобального ринку парфумерної продукції.

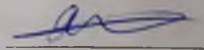
У *другому розділі* охарактеризовано та проаналізовано стратегії виходу компанії Puig на зарубіжні ринки та на ринок України; здійснено аналіз результатів діяльності компанії на ринку України.

У *третьому розділі* здійснено дослідження проблеми розвитку компанії Puig на українському ринку; розроблено рекомендації, щодо подолання проблем розвитку компанії Puig на українському ринку; обґрунтовано пропозиції щодо подальшого розвитку компанії Puig на українському ринку.

Практичне значення одержаних результатів. Дослідження досвіду виходу на український ринок компанії Puig, дозволив, визначити, наскільки обґрунтованим був вибір компанією українського ринку, а запропонована оцінка можливостей застосування новітніх трендів глобального парфумерного ринку, дозволить максимально ефективно використати потенціал компанії при подальшому стратегічному розвитку брендів на зарубіжному ринку та адаптації до національних особливостей України.

Ключові слова: стратегія, методи виходу на зовнішній ринок, форми виходу на зовнішній ринок, експорт, прямий експорт, непрямий експорт, інвестування, міжнародне виробництво, український ринок парфумерної продукції, глобальний ринок парфумерної продукції.

Студентка



Я. О. Кльоцькіна