

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ФІНАНСОВОЇ
АНАЛІТИКИ

ЗАТВЕРДЖУЮ:
РЕКТОР _____ С.Б. ХОЛОД
« ____ » _____ 2024р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

*«Розробка стратегії виходу підприємства на
зовнішні ринки»*

Виконав: здобувач 2 курсу, групи МВА-22
Спеціальності 073 «Менеджмент: Бізнес-адміністрування»
Глумакова А.С.

Керівник: Момот В.Є., д.е.н., доцент

Дніпро 2024

АННОТАЦІЯ

Глумакова А.С. Розробка стратегії виходу підприємства на зовнішні ринки.

Пропонована магістерська робота присвячена актуальній темі, так як вихід на зовнішній ринок є важливою частиною розвитку підприємства і може принести багато переваг. Тому питання виходу на зовнішні ринки є вкрай важливим серед поточної глобалізованої економіки і необхідності розвитку внутрішніх компаній. Цей процес викликає деякі ризики і труднощі, але він ще й відкриває нові можливості бізнесу задля розширення і зростання. Українські підприємства можуть стати конкурентоспроможними на міжнародному ринку, обравши розумні стратегії та пристосуватися до місцевих обставин, щоб бути підготовленими працювати в глобальному середовищі.

Вибір правильної стратегії залежить від багатьох факторів, таких як тип бізнесу, ризики, наявність ресурсів, юридичні та культурні питання. Тому так важливо провести детальний аналіз ринку та бізнес-середовища, щоб зрозуміти специфіку країни та мінімізувати ризики. В даній роботі розглянуто мотиви та стратегії виходу підприємства на зовнішні ринки. Проаналізовано зовнішні ринки країн Балтії для подальшого впровадження стартапу «Еко – засмага». Розроблено стратегію виходу вказаного стартапу на зовнішні ринки країн Балтії, визначено організаційний план та розраховано точку беззбитковості проекту.

Ключові слова: стратегія, зовнішні ринки, стартап, мотив, зовнішньоекономічна діяльність, експорт.

SUMMARY

Glumakova A.S. Developing a strategy for the company's entry into foreign markets.

The proposed master's thesis is devoted to a relevant topic, because entering the foreign market is an important part of the development of an enterprise and can bring many benefits. Therefore, the question of entering foreign markets is extremely important in the current globalized economy and the necessity of developing domestic companies. This process involves some risks and difficulties, but it also opens up new business opportunities for expansion and growth. Ukrainian enterprises can become competitive in the international market by choosing smart strategies and adapting to local circumstances to be prepared to operate in a global environment.

Choosing the right strategy depends on many factors, such as the type of business, risks, availability of resources, legal and cultural concerns. That is why it is so important to conduct a detailed analysis of the market and business environment to understand the specifics of the country and minimize risks. This research examines the motives and strategies for entering foreign markets. The foreign markets of the Baltic countries are analyzed for further implementation of the startup “Eco-Tan”. A strategy for entering the foreign markets of the Baltic countries has been developed, an organizational plan has been determined, and the break-even point of the project has been calculated.

Keywords: strategy, foreign markets, startup, motive, foreign economic activity, export.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТРАТЕГІЙ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК.....	9
1.1 Мотиви виходу підприємства на зовнішні ринки.....	9
1.2 Стратегії виходу підприємств на зовнішні ринки.....	15
1.3 Процес прийняття рішень та розробки стратегій виходу підприємства на зовнішній ринок.....	24
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ЗОВНІШНІХ РИНКІВ КРАЇН БАЛТІЇ ДЛЯ ВПРОВАДЖЕННЯ СТАРТАПУ «ЕКО – ЗАСМАГА»	30
2.1 Загальна характеристика ринку.....	30
2.2 Цільова аудиторія споживачів.....	38
2.3 Проблеми споживачів у використанні засобів для засмаги у країнах Балтії.....	44
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ СТАРТАПА «ЕКО – ЗАСМАГА» НА ЗОВНІШНІ РИНКИ КРАЇН БАЛТІЇ.....	52
3.1 Суть стартапу «Еко – засмага»	52
3.2 Організаційний план.....	60
3.3 Точка беззбитковості проекту.....	71
ВИСНОВКИ.....	82
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	88