

К. А.Кравець, студент

П. Г.Перерва, д.е.н., професор

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОЇ ПРОГРАМИ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОГО МАРКЕТИНГУ

Стратегічний план зовнішньоекономічної діяльності промислового підприємства формується на основі стратегічної маркетингової програми шляхом нарощування на ньому фінансово-економічної, технічної й організаційної складових. Структура стратегічної маркетингової програми зовнішньоекономічної діяльності промислового підприємства складається з трьох взаємопов'язаних блоків: цілей підприємства, стратегії розвитку господарського портфеля та стратегії росту фірми наведено на рис. 1.



Рис. 1 - Структура стратегічної зовнішньоторговельної маркетингової програми

1. *Цілі підприємства.* Розрізняють цілі короткострокові (результат очікується незабаром), середньострокові та довгострокові (результат очікується у перспективі до 5-ти і більше років). Стратегічна маркетингова програма фірми спрямована, в основному, на середньострокові та довгострокові цілі. Цілей у підприємства може бути багато, тому необхідно виділяти головну ціль і цілі, які нею визначаються. Для досягнення головної цілі ставляться цілі другого рівня, для їх досягнення - цілі третього рівня, можуть бути проміжні цілі, підцілі.

Стратегія розвитку господарського портфеля підприємства.

Підприємство у господарській діяльності дуже подібне на вміст портфеля, в якому є багато різних речей. Зазвичай виробнича програма підприємства включає кілька видів товарів. Варіанти випуску підприємства різних товарів:

- товари, пов'язані технологічно один з одним, наприклад, цукерки-карамельки, шоколадні цукерки та шоколад у плитках;
- основні та додаткові товари. Наприклад, основна продукція друкарні - книги, додаткова - серпантин для новорічних ялинок, паперові іграшки;
- товари, пов'язані одним технологічним ланцюжком: сталевий прокат, який частково продається на потреби інших підприємств або використовується для виробництва деталей власного виробництва;
- товари, які технологічно абсолютно не пов'язані один з одним: светри, цукерки, конфетті.

Все, що випускає підприємство, називається вмістом господарського портфеля фірми. Поєднання СГП у портфелі фірми та напрямки їх розвитку визначаються стратегією розвитку господарського портфеля фірми.

Стратегія росту підприємства полягає у розширенні ділової активності:

- розширення активності «вглиб» - сегментація існуючих ринків;
- розширення активності «вшир» - диверсифікація виробництва;
- розширення активності підприємства «через кордони» - інтернаціоналізація виробництва.

Переважну частину маркетингової програми займає опис інструментарію реалізації поставлених цілей. Це опис:

- товарної політики та управління інноваційними процесами;
- збутової політики - мережі, каналів товароруху;
- стимулюючої чи комунікаційної політики - заходів у сфері реклами, сервісної політики, участі у виставках і т.д.;
- цінової політики - вибору цінових стратегій, їх комбінування та співвідношення.

У заключній частині маркетингової програми наводиться кошторис витрат на її реалізацію у цілому і за окремими статтями, видами маркетингової діяльності; дається попередня оцінка її ефективності. Передбачаються заходи

щодо контролю за ходом виконання програми. Пропоновані рекомендації направлені на покращення показників зовнішньоторговельного маркетингу промислового підприємства.

Список використаних джерел

1. Перерва, П.Г. Модельовання стратегічної політики маркетингу конкурентоспроможності на засадах бенчмаркінгу / П.Г.Перерва, Н.П.Ткачова // Економічні науки : зб. наук. праць. Сер. : Економіка та менеджмент. – Луцьк : ЛНТУ, 2012. – Вип. 9 (34), ч. 2. – С. 10-23.
2. Ткачова, Н.П. Синергетичний ефект бенчмаркінгу конкурентних переваг / П.Г.Перерва, Н.П.Ткачова // Маркетинг і менеджмент інновацій . – 2011. – № 4(1). – С. 55- 66.
3. Перерва, П.Г. Управління інноваційною діяльністю // Маркетинг: теорія, світовий досвід, українська практика: підруч. / О.А.Старостіна, Н.П.Гончарова, Є.В.Крикавський, та ін., за ред. О.А.Старостіної. – К. : Знання, 2009. – С.461-518.
4. Kocziszky, György Anti-corruption compliance in the enterprise's program [Electronic resource] / G.Kocziszky, M.Veress Somosi, P.G.Pererva // Стратегічні перспективи розвитку економічних суб'єктів в нестабільному економічному середовищі: зб. тез наук. робіт 2-ї Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. з міжнар. участю, 28-30 листопада 2017 р. / Кременч. нац. ун-т ім. Михайла Остроградського.– Кременчук, 2017. – С. 164-167. – Режим доступу: <https://drive.google.com/file/d/1r-6uz8h9jl-bCWwpPrY7esG925mrQudP/view>
5. Sikorska, M. Compliance service at guest services enterprises / M.Sikorska, György Kocziszky, P.G.Pererva // Менеджмент розвитку соціально-економічних систем у новій економіці : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 19 жовтня 2017 р. – Полтава : ПУЕТ, 2017. – С. 389-391.
6. Перерва, П.Г. Формування кон'юнктури ринку електротехнічної продукції / П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева, Н.П.Ткачова // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка» : зб. наук. праць. Сер. : Проблеми економіки та управління. – Львів : Львівська політехніка, 2015. – № 815. – С. 118-125.
7. Kocziszky, György Reputational compliance / György Kocziszky, M.Veress Somosi, Т.О.Кобієлієва // Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум–2017" : тр. 13-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2017 р. / ред.: О. В. Манойленко, Є. М. Строков. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – С. 140-143.
8. Перерва, П.Г. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності / П.Г.Перерва, С.Nagi, Szabolcs Nagy, Т.О.Кобелева // Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94.
9. Nagy, Szabolcs Estimation of economic efficiency of power engineering / S. Nagy, M. Sikorska, P. Pererva // Європейський вектор модернізації економіки: креативність, прозорість та сталий розвиток : матеріали 10-ї Ювіл. Міжнар. наук.-практ. конф., 18-19 квітня 2018 р. – Харків : ХНУБА, 2018. – С. 3-6.
10. Pererva, P.G. Technology transfer / P. G. Pererva, György Kocziszky, D.Szakaly, M.Somosi Veres - Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
11. Kocziszky, György Compliance risk in the enterprise / G.Kocziszky, M.Veress Somosi, Т.О.Кобієлієва // Стратегії інноваційного розвитку економіки України: проблеми, перспективи, ефективність "Форвард–2017" : тр. 8-ї Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф. студ. та молодих вчених, 27 грудня 2017 р. / ред.: П. Г. Перерва, Є. М. Строков, О. М. Гуцан. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – С. 54-57.
12. Nagy, Szabolcs Current evaluation of the patent with regarding the index of its questionnaire / S.Nagy, M.Sikorska, P.Pererva // Сучасні підходи до креативного управління економічними процесами : матеріали 9-ї Всеукр. наук.-практ. конф., 19 квітня 2018 р. – Київ : НАУ, 2018. – С. 21-22.