

### **32. ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМ МАРКЕТИНГОМ**

Мартінова Г.В. Науковий керівник - доц., каф. "Менеджмент зовнішнь-економічної діяльності", к.е.н. Кринська Л.І.

У зв'язку з розвитком процесів інтернаціоналізації і глобалізації бізнесу, в даний час, справедливніше розглядати міжнародний маркетинг як типовий маркетинг сучасного світу ринкової економіки.

Для досягнення поставленої мети підприємства у тому числі і в маркетингу необхідно створювати ефективну систему управління.

Існує 6 основних концепцій управління міжнародним маркетингом:

1. Концепція вдосконалення виробництва.
2. Концепція вдосконалення товару.
3. Концепція інтенсифікації комерційних зусиль.
4. Концепція маркетингу.
5. Концепція соціально-етичного маркетингу.
6. Маркетинг взаємодії.

Найбільш відповідним для діяльності фірми в умовах сучасної глобалізації, є комплексний підхід і з'єднання двох концепцій: маркетингу взаємодії і концепції соціально-етичного маркетингу. Такий підхід полягає в комбінації концепцій продиктований змінами що відбуваються у всьому світі, тому що товари все більше становляться стандартизованими, а послуги уніфікованими, і для того, щоб утримати споживача необхідно його ідентифікувати.