

**УДК 339.9**

## **УДОСКОНАЛЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Лю Лі

Науковий керівник – доц. кафедри «Менеджмент зовнішньоекономічної та інноваційної діяльності», канд. екон. наук Продіус О.І.

Сучасний етап розвитку світогосподарських зв'язків характеризується розширенням усіх форм міжнародних економічних відносин на основі швидкого росту продуктивних сил, який обумовлений прискоренням науково-технічного прогресу. Зростання взаємозалежності підприємств в системі світових зв'язків в процесі виробництва товарів і послуг привело до усвідомлення підприємствами потреби в глобальному підході до свого бізнесу.

Для підприємств, що здійснюють зовнішньоекономічну діяльність, використання принципів міжнародного маркетингу є життєво необхідним унаслідок зростання відвертості по відношенню до зовнішніх ринків і в цілях вдосконалення діяльності підприємств на цих ринках.

Отже актуальність обраної теми обумовлена необхідністю підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності підприємств за рахунок сучасної методології міжнародного маркетингу та впровадженні її на підприємстві.

Використання міжнародного маркетингу в управлінні ЗЕД насамперед вимагає його планування, розробки стратегічної маркетингової програми. Важливо відзначити, що стратегічна маркетингова програма складає основу загального стратегічного плану фірми, в області ЗЕД. Міжнародний маркетинг ґрунтується на принципах внутрішнього маркетингу. Разом з тим міжнародний маркетинг має свої специфічні особливості. При виході на зовнішній ринок виникає принципово нова ситуація, яка призводить до того, що: підвищується ступінь невизначеності в діяльності підприємства; зростає ступінь ризику, з'являється додатковий ризик його діяльності; збільшується потреба в інформаційному забезпеченні підприємства; підвищуються вимоги до координації різних напрямків і сфер їх діяльності.