

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

**ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН**

**КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ  
ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

## **Пояснювальна записка**

до дипломної роботи

МАГІСТР

(освітньо-кваліфікаційний рівень)

на тему: «Управління розвитком міжнародної маркетингової діяльності підприємства»

Виконав: студент 2 року навчання,  
групи 8.06.07.13.02,  
спеціальності 8.03050301 «Міжнародна  
економіка»

Удовіка Дмитро Володимирович

Керівник: к.е.н., доцент Юлегіна І.В.

Рецензент: к.е.н., професор Андросова Т.В.

Харків – 2015 рік

Міжнародний маркетинг слід розглядати як складову всієї системи знань у галузі маркетингу. Його генетичною основою є чинники просторового й географічного порядку, які пов'язані з діяльністю підприємств на ринках інших країн.

Міжнародний маркетинг - це маркетинг товарів і послуг за межами країни, де знаходиться організація.

Поняття "міжнародний маркетинг" слід відрізнити від поняття "експорт". Традиційний експорт полягає в тому, що вітчизняні виробники обмежуються поставкою своєї продукції фірмам іншої країни, тобто імпортерам. Постачальників не турбує або ж мало турбує те, що з їхньою продукцією відбувається, наскільки задоволені нею споживачі. Якщо ж мова йде про міжнародний маркетинг, то він передбачає систематичну, планомірну та активну обробку міжнародних ринків на різних ступенях просування до покупця.

Міжнародний маркетинг значною мірою має сприйматися через призму мотивів, притаманних підприємствам, що виходять на світовий ринок, їх необхідно знати, конкретизуючи поняттєві основи проблеми.

Управлінський аспект міжнародного маркетингу пов'язаний з тим, що він покликаний відобразити особливості відносин купівлі-продажу та інвестиційні напрями діяльності у нетрадиційних для підприємства типах культур. З цього випливає специфіка роботи в галузі маркетингу, що особливо стосується дослідження ринку і реклами.

В управлінні розвитком міжнародної маркетингової діяльності підприємства необхідний комплексний облік всієї власності основних факторів, як загального характеру (кон'юнктура ринку), так і специфічного характеру (особливості митного регулювання, рівень конкуренції, вимоги законодавства), які можуть визначити успіх / невдачу експортера на зовнішньому ринку.

ТОВ «Харківрегіонгаз» - підприємство, що володіє мережею з більш, ніж 50 АГЗП в Харківській, Сумській і Чернігівській областях, предметом діяльності якого є оптова, та роздрібна торгівля скрапленим газом (СГ).

Удовіка Дмитро Володимирович

«Управління розвитком міжнародної маркетингової діяльності підприємства»

Предметом дослідження виступає маркетинг імпортової діяльності підприємства. Предметом дослідження є теоретико-методичні засади процесу управління маркетинговою діяльністю ТОВ «Харківрегіонгаз» на зовнішньому ринку.

В якості методів дослідження в роботі були використані: системний фінансово-економічний аналіз, статистичні та аналітичні методи, економіко-математичне моделювання.

Ключові слова: міжнародний маркетинг, маркетингова діяльність, управління розвитком формування, ринок.

Удовіка Дмитрий

Управление развитием международной маркетинговой деятельности предприятия

Предметом исследования выступает маркетинг импортной деятельности предприятия. Предметом исследования является теоретико-методические основы процесса управления маркетинговой деятельностью ООО «Харківрегіонгаз» на внешнем рынке. В качестве методов исследования в работе были использованы: системный финансово-экономический анализ, статистические и аналитические методы, экономико-математическое моделирование.

Ключевые слова: международный маркетинг, маркетинговая деятельность, управление развитием, формирование, рынок.

Dmitry Udovik

Managing the development of an international marketing company  
The subject of the research is the marketing importing company. The subject of the research is theoretical and methodological foundations of process management marketing activities LLC "Harkivrehionhaz" on the international market.

As research methods were used in the work: a system of financial and economic analysis, statistical and analytical methods, economic modeling.

Keywords: international marketing, marketing activities, management of development, the formation of the market.