

## СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАРУБІЖНИЙ РИНОК

*А.П. Клімушин<sup>1</sup>, А.В. Івахненко<sup>2</sup>*

<sup>1</sup> магістрант кафедри менеджменту, НТУ «ХПІ», Харків, Україна

<sup>2</sup> доцент кафедри менеджменту, канд. екон. наук, НТУ «ХПІ», Харків, Україна

[Andriy.Ivakhnenko@khp.edu.ua](mailto:Andriy.Ivakhnenko@khp.edu.ua)

Сучасні підходи до маркетингової стратегії виходу підприємства на зарубіжний ринок враховують складність міжнародних операцій, глобалізацію та швидкі зміни у споживчих уподобаннях і технологіях.

Мета дослідження: визначення сучасних підходів, що впливають на формування маркетингової стратегії виходу підприємств на зовнішній ринок.

Успішність стратегії міжнародної маркетингової діяльності значною мірою залежить від чіткого розуміння основних процесів зовнішнього ринку та може бути реалізована через міжнародний підрозділ чи відділ маркетингу компанії [1].

Для успішного виходу на міжнародні ринки підприємства варто враховувати наступні сучасні підходи під час розробки та імплементації маркетингової стратегії для виходу на зовнішній ринок [2, 3]:

1) Міжнародна орієнтація. Стартовим кроком є ретельне вивчення потенційного зарубіжного ринку, включаючи аналіз конкурентів, споживчих уподобань, регуляторного середовища і культурних особливостей.

2) Локалізація. При адаптації продукції до іноземного ринку важливо враховувати культурні, соціальні, юридичні та інші особливості кожної країни.

3) Цільовий маркетинг: Замість застосування одного підходу для всіх клієнтів, підприємства використовують цільовий маркетинг, спрямований на конкретні сегменти ринку з урахуванням їхніх унікальних потреб і очікувань.

4) Глобальна логістика та постачання: Ефективна логістика і постачання грають важливу роль у конкурентоспроможності на зарубіжних ринках. Забезпечення надійних і ефективних ланцюгів постачання може знизити витрати і підвищити якість обслуговування клієнтів.

5) Споживчий зворотний зв'язок: Важливо збирати відгуки від клієнтів та враховувати їхні пропозиції для постійного удосконалення продукції та послуг на іноземних ринках.

Ці сучасні підходи до формування маркетингової стратегії виходу на зарубіжний ринок допомагають підприємствам успішно опанувати зарубіжні ринки і зберігати конкурентоспроможність у глобальному бізнес-середовищі.

### Список літератури:

1. О. Лошенко, Л. Галан, І. Посохов. Сучасні стратегії в міжнародному маркетингу. *Вчені записки Університету «КРОК»*, (2(66), 123–131. <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2022-66-123-131>.

2. Т. М. Циганкова. Міжнародний маркетинг: теоретичні моделі та бізнес-технології: монографія. Київ : КНЕУ, 2004. 400 с.

3. Morgan N. A., Whitley K. A., Feng H. et al. Research in marketing strategy. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 2019. Vol. 47, Issue 1. P. 4–29. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11747-018-0598-1>.