

ЛОЗОВА С.В.

## РОЗРОБКА ЕКСПОРТНОЇ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Експортна товарна політика є ядром маркетингових рішень, навколо якого формуються інші рішення, пов'язані з умовами придбання експортного товару і методами його просування від виробника до кінцевого покупця. Комплексна експортна товарна політика обов'язково включає елементи планування і разом з тим значно розширює можливості використання стратегічного і тактичного підходів до управління товарним асортиментом, реалізації інновацій, активного позиціонування товарів на зовнішньому ринку. У зв'язку з цим актуалізується проблема пошуку найбільш просунутих схем і моделей експортної товарної політики підприємства – суб'єкта ЗЕД, вибору інструментів та механізмів їх адаптації до умов конкретного ринку.

Метою даного дослідження є розробка експортної товарної політики машинобудівного підприємства Харкова ДП «Завод ім. Малишева». Об'єктом дослідження являється експортна товарна політика (ЕТП) підприємства «Завод ім. Малишева». Предметом дослідження є розробка ЕТП підприємства як сукупність обґрунтованих управлінських рішень. До задач, які вирішуються для досягнення поставленої мети належать: класифікація видів експортної товарної політики; визначення чинників, що впливають на вибір ЕТП; аналіз досвіду по формуванню ЕТП ДП «Завод ім. Малишева»; розробка рекомендацій стосовно експортного товарного асортименту досліджуваного підприємства.

Експортна товарна політика фірми - комплексне поняття, що включає в себе асортиментну політику, створення нових товарів і освоєння їх виробництва, виключення з експортної програми товарів, які втратили попит, модифікацію та модернізацію товарів, питання товарного знака, упаковки та найменування товару, завдяки чому забезпечується стабільна, ефективна діяльність на зовнішньому ринку, що дозволяє досягати намічених поточних і довгострокових цілей.

В роботі пропонується наступна функціональна залежність факторів, що визначають експортну товарну політику підприємства.

$$Y = \sum_{i=1}^n f(a, b, c, d), \quad (1.1)$$

де  $i$  – кількість товарних позицій продукції, що експортується,  $a$  – цінова політика експортної продукції,  $b$  - політика якості експортної продукції,  $c$  – політика просування експортної продукції,  $d$  – сервісна політика та після гарантійне обслуговування експортної продукції.

На основі запропонованої функціональної залежності розроблено ЕТП ДП «Завод ім. Малишева». ДП «Завод ім. Малишева» притаманні риси горизонтальної експортної товарної політики, що характеризується модернізацією продукції, що випускається, та зростанням глибини асортименту; та концентричної товарної політики, якій притаманне виробництво споріднених товарів, що не вимагає зміни технологічної бази. Специфіка галузі не дозволяє підприємству «вільно маневрувати» зі змінами товарного асортименту. Підприємство не може відмовитися від виконання замовлення менш рентабельної продукції, тим більше, якщо клієнтська база формується завдяки не лише якості продукції, але і ціновій політиці, що забезпечує переваги перед конкурентами. Запропонована експортна товарна політика передбачає збільшення в структурі продажів на ринок Росії продукції, що забезпечує найбільші конкурентні переваги підприємству, а саме легкої бронетехніки, запчастин для бурового обладнання та буро шнекових комплексів, а також комплексу машин з ремонту газопроводів. Також пропонуються зміни в політиці просування, що передбачають зміну структури витрат, пов'язаних з просуванням продукції на зовнішніх ринках.

**Список використаних джерел інформації:** 1. *Благун І.С., Лотоцька М.Р.* Модель формування експортної товарної політики підприємства. [http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Vpu/Ekon/2009\\_7/18.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vpu/Ekon/2009_7/18.pdf), 2. *Spencer, Barbara and James A Brander*, Strategic Trade Policy.