

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАРУБІЖНИХ РИНКАХ

Івахненко А.В., Сосонний А.Р.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

У сучасних умовах високої невизначеності міжнародний маркетинг стає одним з ключових інструментів для забезпечення сталого розвитку промислових підприємств, що дозволяє оптимізувати виробничі процеси, розширювати географію ринків збуту, а також підвищувати конкурентоспроможність продукції на світовому ринку. Міжнародний маркетинг є необхідним компонентом інтеграції промислових підприємств у глобальні економічні системи, оскільки він забезпечує відповідність продукції вимогам локальних ринків через впровадження стандартів якості, адаптацію товарів і послуг до місцевих потреб, а також побудову довгострокових партнерських відносин із клієнтами та постачальниками.

Одним із ключових прикладів успішного використання міжнародного маркетингу є діяльність компанії «Метінвест» – провідного гравця гірничо-металургійного сектору України. Для виходу на міжнародні ринки компанія реалізувала кілька стратегій, зокрема участь у виставках, орієнтованих на європейських і азійських клієнтів, а також створення власних брендівих платформ для комунікації з партнерами. Наприклад, «Метінвест» адаптував свої виробничі процеси до міжнародних стандартів, таких як ISO 14001 та ISO 45001, що дозволило компанії не лише задовольнити вимоги регуляторів, але й підвищити довіру клієнтів. Адаптація до культурних особливостей ринків також є важливою складовою міжнародної маркетингової стратегії. Наприклад, «Київський БКК» створив спеціальні упаковки для країн Близького Сходу, враховуючи культурні та релігійні аспекти, а також адаптував смакові характеристики продукції до місцевих уподобань.

Наведені заходи сприяють підвищенню лояльності клієнтів і значному зростанню обсягів продажів у цьому регіоні, демонструючи важливість локалізації продукції для успішного виходу на міжнародні ринки.

Окрім успіхів, міжнародний маркетинг супроводжується низкою викликів. Високий рівень конкуренції, потреба у значних інвестиціях та складнощі з адаптацією до регуляторних вимог створюють бар'єри для розвитку. Водночас, використання інструментів маркетингового аналізу та побудова стратегічних партнерств дозволяють ефективно долати ці труднощі.

Використання міжнародного маркетингу є не лише інструментом для збільшення обсягів експорту, але й засобом для підвищення технологічного рівня виробництва, створення робочих місць та зміцнення економічного потенціалу країни. Приклади компаній «Метінвест» та «Київський БКК» свідчать про важливість цього підходу у розвитку промислових підприємств.