

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ФОРМИ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ В УКРАЇНІ

*Володін А. Д., Носик О. М. **

*доцент кафедри менеджменту і адміністрування, к. е. н.

напрям підготовки «Менеджмент», 1 курс

Національний фармацевтичний університет, м. Харків

Термін «міжнародний маркетинг» відноситься до діяльності міжнародних фірм, сфера виробничої і комерційної діяльності, який поширюється на закордонні країни. В нашій країні українським споживачам є найбільш відомі такі міжнародні фірми як «Кока-кола», «Мак-Дональдс», «Фуджі-Фільм», «Reno», «SONY» тощо.

Так як наша країна має економіку, що розвивається, то багато іноземних інвестицій починають грати усе більш істотну роль у економіці України. Крім того, необхідно було б, придивитися до того, хто саме і чому, не дивлячись ні на що, намагається вкладати свою тверду валюту в хитку українську економіку. Існує думка, що до нас йдуть, по-перше, великі компанії, для яких можливість утрати декількох чи мільйонів навіть десятків мільйонів доларів не позначиться фатально на їхній долі; по-друге, авантюристи, тобто ті хто хоче розбагатіти, використовуючи довірливість українського бізнесу.

Тепер окремо про кожну найвідомішу міжнародну фірму, яка функціонує в Україні. Найбільш відомою корпорацією – франчайзера в Україні є «Кока-Кола», яка розпочала виробництво негазованої питної води «Бонаква» – високоочищена питна вода, виробництво якої розпочато на заводі Кока-кола Беверіджиз України, що біля Києва.

Компанія Кока-кола постійно проводить в Україні дослідження, вивчає потреби споживачів. Останні опитування показали, що більшість населення віддає перевагу воді з нормальним рівнем газованості. Натомість, 18% споживачів вибирають для споживання низькогазовану або негазовану воду. Для повного задоволення потреб усіх споживачів було розпочато випуск негазованої «Бонакви».

Швейцарська компанія «Нестле», світовий лідер у виробництві продуктів харчування, працює в Україні з 1994 року. За цей час бізнес компанії в нашій країні виріс у кілька разів. Лише у львівську фабрику Світоч компанія інвестувала близько 40 млн. доларів США та продовжує і далі інвестувати значні кошти в українську економіку.

Останнім часом в засобах масової інформації неодноразово з'являлися повідомлення про започаткування співпраці відомої вітчизняної кондитерської фірми «Світоч» з транснаціональною компанією «Нестале», яка на сьогодні присутня на ринку ста п'ятдесяти країн світу. Їх спільні дії будуть скеровані насамперед на придбання і модернізацію того обладнання, на якому випускатиметься продукція підвищеного попиту, молоді спеціалісти фірми проходять перепідготовку на спецкурсах.

Окрім виробництва продуктів харчування найвищої якості, «Нестале» відома в усьому світі своєю благочинністю та широкою підтримкою соціально важливих проектів. Не стала винятком з цього правила і Україна, де компанія також здійснює значну благочинну та спонсорську діяльність.

Щоб свій товар зробити більш перспективними у продажі, то для цього проводять різні акції, конкурси тощо. Прикладом можна взяти навіть жувальну гумку «Stimorol». Під час змагань з пляжного волейболу, в Одесі та Ялті було висунуто ідею - створити образ «Stimorol» та зв'язати його зі здоровим способом життя. Ці змагання було організовано виробниками «Stimorol». Перш за все створили пряму рекламну кампанію. Було поширено 20 тис. листівок серед відвідувачів пляжів та нічних розважальних закладів. Розносили їх спеціально відібрані для цього дівчата-волейболістки з місцевих юнацьких спортивних шкіл. Вони були одягнені у форму із символікою «Stimorol» та, крім листівок, роздавали ще й жувальну гумку (тобто вплив акції посилювався семплінгом). Також інформування про проведення акції по радіо, телебаченню, встановлення зовнішньої реклами - щитів з логотипом «Stimorol» у всіх людних місцях тощо. І результат - за вартості акції в 16 тис. доларів попит на продукцію «stimorol» під час проведення акції і відразу після неї збільшився майже на

80%.

В Україні з 1993 року успішно працює дочірнє підприємство «Oriflame». Високі темпи зростання продажів, освоєння нових ринків збуту, широке коло споживачів - усе це свідчить про правильно вибрану політику «Oriflame». За даними засобів масової інформації, на терені України нині діє понад 50 таких компаній – AVON Vision, MaryCay, HERBALIFE та інші. Функціонує низка зарубіжних компаній, які реалізують свою продукцію.

Avon представляє недорогу і досить якісну продукцію на ринку косметичних засобів. В Україну декоративна і лікувальна косметика Avon прийшла 1997 року і завдяки своїм маркетологам непогано прижилася:

- дізналася, що потрібно українським споживачам;
- постійно їх заохочує знижками, подарунками тощо;
- постачає нову продукцію.

Для багатьох підприємств вивчення і застосування міжнародного маркетингу необхідно внаслідок наростаючої відкритості стосовно зовнішніх ринків і з метою удосконалювання їхніх відносин з цими ринками. Зовнішньоекономічні зв'язки стають усе більш помітною складовою частиною господарської діяльності українських підприємств і організацій.

Зростає інтерес до участі в економічному, виробничому і науково-технічному співробітництві з партнерами з закордонних країн. У цих умовах усе більше число працівників виробничої сфери, малих підприємств і державних установ мають потребу в об'єктивній інформації про світовий ринок, його структури, організації і техніку здійснення комерційних операцій.