

**РОЗРОБКА ЕКСПОРТНОЇ ТОВАРНОЇ
ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА**
Чусова М., Долінська Р.Г.
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Експортна товарна політика є одним з базових стратегічних 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.

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.

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

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.

1. Благун І.С., Лотоцька М.Р. Модель формування експортної товарної політики підприємства.

http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vpu/Ekon/2009_7/18.pdf,

2. Spencer, Barbara and James A Brander, Strategic Trade Policy.