

Практичне заняття 5.

ВИБІР ЗАРУБІЖНИХ РИНКІВ

План

1. Визначення рівня конкуренції на обраному ринку. Модель п'яти сил конкуренції.
2. «Національний ромб» М. Портера.
3. Критерії вибору привабливих ринків. Метод «чотирьох фільтрів».
4. Підходи до вибору зарубіжних ринків (суб'єктивний, дискретний та комплексний)

Методичні рекомендації

Особливості прийняття рішення про доцільність виходу на зовнішній ринок.

Рішення, які приймаються фірмою для визначення задач та стратегічних установок міжнародного маркетингу: рішення про те, який відсоток загального обсягу своїх продаж фірма буде намагатись здійснити на зовнішніх ринках; рішення про те, на яку кількість країн (одна-дві чи багато) буде поширюватись міжнародна маркетингова діяльність фірми; рішення про те, в країнах якого типу фірма хоче працювати.

Підходи до вибору зарубіжного ринку: суб'єктивний, дискретний, комплексний.

Суб'єктивний підхід ґрунтується на суб'єктивних відчуттях, очікуваннях, досвіді осіб, які приймають рішення щодо виходу на конкретний ринок. Його перевага: відсутність витрат на обґрунтування рішення. Дискретний підхід ґрунтується на оцінці 2—3 найважливіших для фірми показників розвитку ринку чи інших критеріїв. Успішність використання дискретного підходу як прийому обґрунтування вибору зарубіжного ринку на підставі аналізу 2—3 показників залежить від правильного вибору цих показників.

Комплексний підхід щодо обґрунтування вибору зарубіжного ринку передбачає проведення всебічного аналізу та оцінювання системи показників, яка характеризує не лише ринок певного товару, а й економічні, політико-правові та соціально-культурні процеси, що відбуваються в досліджуваних країнах

Навчальне завдання:

1. Назвіть та охарактеризуйте чинники, які спонукають фірму до міжнародної маркетингової діяльності.
2. Рішення, які приймаються фірмою для вирішення задач і установок свого міжнародного маркетингу.
3. Назвіть і коротко охарактеризуйте існуючі підходи до вибору зарубіжних ринків.
4. Сутність суб'єктивного підходу, найбільш поширені причини та умови його використання.
5. Розкрийте сутність дискретного підходу. Охарактеризуйте показники та критерії, які найчастіше використовуються для обґрунтування рішення щодо вибору певного зарубіжного ринку при цьому підході.

- 6.Сутність комплексного підходу щодо вибору зарубіжного ринку, його переваги та недоліки.
- 7.Охарактеризуйте основні методи оцінки привабливості закордонних ринків.
- 8.Назвіть критерії оцінки привабливості ринку та власних конкурентних переваг.
- 9.Сутність моделі «чотирьох фільтрів» відбору зарубіжних ринків. Охарактеризуйте, які показники та процеси досліджує маркетолог на кожному з етапів використання цієї моделі.
- 10.Сутність та особливості процесу ранжирування зарубіжних ринків.