

ТЕМА 1

ПІДХОДИ ДО ВИБОРУ ЗАРУБІЖНИХ РИНКІВ

План

1. Світовий ринок, його структура та ключові характеристики
2. Підходи до вибору зарубіжних ринків
3. Суб'єктивний підхід до вибору зарубіжного ринку
4. Дискретний підхід до вибору зарубіжного ринку
5. Комплексний підхід до вибору зарубіжного ринку

1.1. Світовий ринок, його структура та ключові характеристики

Розвиток міжнародного поділу праці поклав основу для виникнення світового ринку.

Світовий ринок можна розглядати як сукупність національних ринків окремих країн, що пов'язані між собою міжнародними економічними відносинами. Його становлення проходило на основі удосконалення внутрішніх ринків.

В час розвитку мануфактурного виробництва (XVI—XVIII століття) міські ринки вже стають тісними для виробників. Частику виробленої продукції виробники прагнуть продавати за межами національних кордонів. Так, створюється національний ринок, який включає в себе внутрішній ринок, що орієнтується на іноземних покупців. Накреслимо умовно малюнок формування цих ринкових структур.

Взаємодія країн А, Б, В може бути умовно зображена перетинанням їхніх економічних інтересів. Ці інтереси можуть бути різноманітними, але ми розглянемо тільки торговельні (ринкові) відносини.

Контур А — це умовне відображення внутрішнього ринку будь-якої країни. Ми бачимо, що основна частка виробленої продукції продається на внутрішньому ринку.

Розширення виробництва призвело до пошуку інших ринків. Частику продукції починає продаватись за межами виробництва, що відображає формування національного ринку.

Ринок, де мають місце відносини купівлі-продажу товарів двох і більше країн являє собою міжнародний ринок. Міжнародний ринок — це сукупність тих частин національних ринків країн, що взаємодіють між собою з приводу купівлі-продажу товарів та послуг.

Перетворення мануфактурного виробництва в фабрику індустрії в першій половині XIX століття призвело до перетворення локальних центрів міжнародної торгівлі в єдиний світовий ринок. Його остаточне формування завершилось в XIX—XX столітті.

Світовий ринок є феномен товарного виробництва, що переріс національні кордони. Основна його риса — це здійснення міждержавного пересування товарів, послуг, факторів виробництва, фінансових ресурсів. В соціально—економічному плані світовий ринок являє собою сукупність відносин, що виникають через взаємодію внутрішнього і зовнішнього попиту і пропозиції.

В сучасних умовах світовий економічний розвиток характеризується більш широким залученням країн до міжнародних економічних взаємозв'язків і

посиленням їхньої взаємозалежності. Процес, що сприяє подоланню відокремленості національних господарств, отримав назву як процес інтернаціоналізації. Можна з певним припущенням сказати, що інтернаціоналізація призвела до створення світового господарства.

Світове господарство — це сукупність національних економік окремих країн і регіональних економічних об'єднань, що взаємодіють між собою на підставі міжнародного поділу праці.

Різниця між світовим господарством і світовим ринком полягає в тому, що світове господарство являє собою високу стадію розвитку ринкової економіки, для якої притаманним є не стільки міжнародний рух товарів, скільки міждержавне переміщення факторів виробництва.

Світове господарство — це ринкова система, в якій залежності від об'єкта купівлі—продажу відокремлюють три великих групи світових ринків: товарний, грошовий і ринок праці.

До складу світового товарного ринку входять: ринок споживчих товарів, ринок засобів виробництва і ринок послуг.

Світовий ринок споживчих товарів за товарно-галузевою структурою об'єднує ринки продовольчих і непродовольчих товарів, ринок житла, ринок споруд невикористаного призначення.

Світовий ринок засобів виробництва складається з ринків споруд виробничого призначення, засобів праці, сировини, корисних копалин, матеріалів, енергії й інших видів продукції виробничого призначення.

Світовий ринок послуг охоплює ринки лізингових, транспортних, інжинірингових, страхових, туристичних, рекламних та інших послуг, а також ринок ліцензій і ноу-хау.

Світовий фінансовий ринок в основному обслуговує рух реальних товарно-матеріальних цінностей. До його складу також входять інвестиційні, грошові та ринки позичкових капіталів.

Світовий інвестиційний ринок — це вкладення капіталу в створення або придбання за кордоном підприємств (об'єктів) виробничо-господарського призначення.

На світовому ринку **позичкових капіталів** пропонується на тимчасове використання за плату різноманітні платіжні засоби (гроші, пінні папери). Цей ринок здійснює акумуляцію і перерозподіл грошових ресурсів у світовому економічному просторі.

Світовий грошовий ринок утворює систему відносин з обміну іноземних валют і платіжних документів в іноземній валюті за вільними ринковими цінами.

Об'єктом купівлі-продажу на **міжнародному ринку праці** є іноземна робоча сила. Цей ринок складається зі світового ринку кваліфікованих робітників, світового ринку некваліфікованих робітників і світового ринку спеціалістів.

Суб'єктом міжнародних економічних відносин на макроекономічному рівні виступають окремі громадяни, фізичні особи, підприємства і фірми, що здійснюють зовнішньоекономічні операції.

На макроекономічному рівні суб'єктами виступають національні господарства, що регулюють і безпосередньо здійснюють зовнішньоекономічну діяльність. В ньому також беруть участь міжнародні економічні організації і наднаціональні інститути.

Міжнародні економічні відносини являють собою особливу підсистему в межах загальної системи економічних відносин. Основна особливість цих відносин полягає в тому, що вони здійснюються між суб'єктами різних країн.

Світовий ринок як система економічних відносин виконує такі функції:

- оптимізація використання факторів виробництва в світовому просторі;
- інформує виробників і споживачів про наявність і ціну товарів;
- дає об'єктивну оцінку виробничої діяльності з позицій міжнародних стандартів і критерії якості товару.

Як висновок можна сказати, що світовий ринок став закономірним результатом розвитку внутрішніх і національних ринків товарів, які вийшли за межі державних кордонів. Для нього характерні такі риси:

- є категорією товарного виробництва, яке у пошуках збуту своєї продукції вийшло за національні межі;
- виявляється у міждержавному переміщенні товарів під впливом не тільки внутрішніх, але й зовнішніх попиту і пропозиції;
- оптимізує використання факторів виробництва, підказуючи виробнику, в яких галузях та регіонах вони можуть бути застосовані найефективніше;
- виконує санувальну роль, вибраковуюючи з міжнародного обміну товари та часто їх виробників, які не можуть забезпечити міжнародний стандарт якості за конкурентних цін;
- на ньому існує особлива система цін — світові ціни;
- на ньому рух товарів зумовлюється не лише економічними факторами (виробничими зв'язками між підприємствами та регіонами країни), а і зовнішньоекономічною політикою окремих держав.

Світовий ринок є сферою міжнародного обміну і тому має зворотний вплив на виробництво: показує йому що, скільки та для кого треба продукувати. З цього боку світовий ринок є первинним щодо виробника і є центральною категорією міжнародної економіки.

1.2. Підходи до вибору зарубіжних ринків

Вибір ринку та можливість виходу з нього – це суттєва відмінність міжнародного маркетингу від внутрішнього. Саме тому управлінське рішення щодо виходу на певний зарубіжний ринок може мати як позитивні, так і негативні довгострокові наслідки.

Залежно від глибини обґрунтування управлінського рішення можна виділити три підходи до вибору зовнішнього ринку (рис. 20).

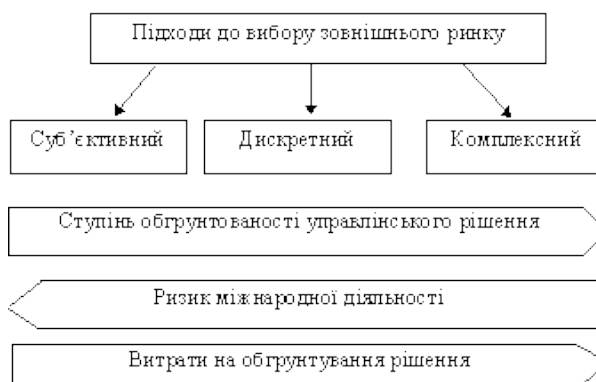


Рис. 1.1. Підходи до вибору зовнішнього ринку

Суб'єктивний підхід ґрунтується на суб'єктивних відчуттях, очікуваннях, досвіді осіб, які приймають рішення щодо виходу на конкретний ринок.

Дискретний підхід ґрунтується на оцінці 2-3 найбільш важливих для фірми показників розвитку ринку або інших критеріїв.

Комплексний підхід передбачає кількісну оцінку кожного ринку за системою показників або глибоке аналітичне обґрунтування.

Найбезпечнішим є комплексний підхід, який мінімізує ризик від виходу фірми на неадекватний ринок, підвищує обґрунтованість управлінського рішення, але і потребує значних витрат на проведення дослідження. Тому за обмеженості фінансових ресурсів фірми найчастіше застосовують дискретний підхід.

1.3. Суб'єктивний підхід до вибору зарубіжного ринку

Суб'єктивний підхід має тільки одну перевагу: відсутність витрат на обґрунтування рішення. Ризик при цьому максимальний, а ступінь обґрунтованості рішення відповідно мінімальна. Слід зазначити, що у «чистому вигляді» цей підхід майже не зустрічається. Найчастіше він буває пріоритетним, але доповнюється елементами дискретного.

Найбільш поширеними причинами застосування суб'єктивного підходу є:

- добре ставлення осіб, що приймають рішення, до країни або її культури;
- наслідки ознайомчого візиту або несподіваних зустрічей;
- інтуїтивна довіра до зарубіжного партнера;
- марнолюбне прагнення працювати на новому або дуже складному ринку, бути першим;
- бажання легалізувати за кордоном які-небудь дії.

1.4. Дискретний підхід до вибору зарубіжного ринку

Успішність використання дискретного підходу як прийому обґрунтування вибору зарубіжного ринку на підставі аналізу 2 — 3-х показників залежить від правильного вибору цих показників. Обрані для аналізу показники повинні:

- відповідати цілям виходу фірми на зовнішній ринок;
- об'єктивно характеризувати стан чи особливості розвитку зарубіжного ринку;
- бути дослідженими за певний період часу.

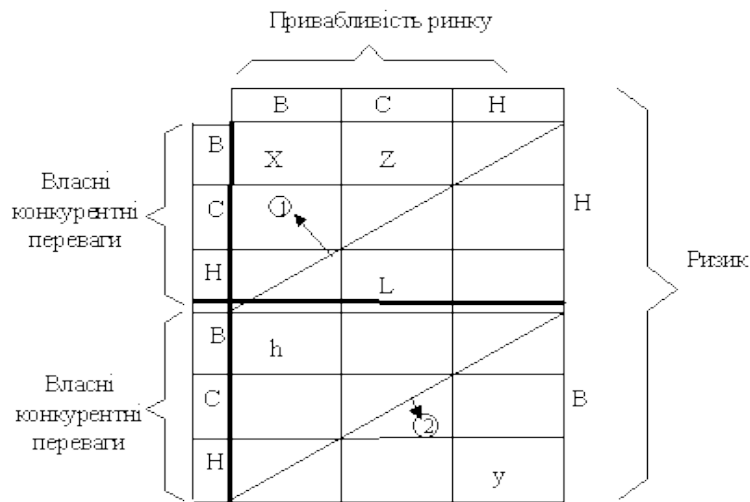
Загальною вимогою до інформаційної бази за дискретного підходу є надійність, правдивість, перевіреність обраних показників.

Єдиних правил відбору показників не існує, але найчастіше для обґрунтування рішення щодо вибору зарубіжного ринку за дискретного підходу використовуються такі показники та критерії:

- розмір ринку,
- власні конкурентні переваги,
- доступність ринку,
- стабільність (оцінка ризиків).
- динаміка зростання ринку,
- потенціал ринку,
- сприймання ринку,

Різновидом дискретного підходу можна назвати дискретно-матричний, в якому використовуються три критерії:

- привабливість ринку,
- власні конкурентні переваги,
- ризик (політичний, комерційний, валютний тощо) (рис. 1.2).



В – висока, високі, високий;
С – середня, середні, середній;
Н – низька, низькі, низький;
X, Y, Z, L, h – країни, що досліджуються;
1 – абсолютно сприятлива зона,
2 – абсолютно несприятлива зона.

Рис. 1.2. Матриця визначення найбільш ефективного для фірми зовнішнього ринку

Показники оцінки привабливості ринку:

- розмір (ємність) ринку;
- тенденції зростання;
- різноманітність ринку — асортимент товару;
- прибутковість;
- стабільність збуту;
- інтенсивність капіталовкладень;
- технологічні прориви;
- соціальне та правове середовище тощо.

Показники оцінки власних конкурентних переваг:

- різноманітність товарів;
- динаміка збуту (зростання заінтересованості споживачів у товарі);
- існуюча частка ринку;
- широта асортименту порівняно з конкурентами;
- патентний захист тощо.

1.5. Комплексний підхід до вибору зарубіжного ринку

Ідея комплексного підходу до обґрунтування вибору зарубіжного ринку полягає у всебічному аналізі та оцінці системи показників, яка характеризує не тільки ринок певного товару, а й економічні, політико-правові та соціально-культурні процеси, що відбуваються в країнах, які досліджуються.

Для організації такого дослідження розробляється спеціальна таблиця, яка містить:

- перелік показників, критеріїв та факторів, що аналізуються;
- кількісну чи якісну характеристику показника, критерію, фактора (наприклад: місткість ринку (млн. \$ США) – більше 50, від 30 до 50, від 15 до 30, від 8 до 15, від 2 до 8; ставлення до товару посередників — негативне, нейтральне, байдуже, обережно-оптимістичне, сприятливе);

- ваговий коефіцієнт (бал) за кожну кількісну та вартісну характеристику показника (критерію);
- перелік країн, що досліджуються.

Таблиця 1.1

Модель таблиці для визначення найбільш привабливого для фірми ринку

Показник, критерій, фактор	Характеристика фактора, критерію, показника	Ваговий коефіцієнт	Країни		
			A	B	C
...
		Підсумкова сума	X	Y	Z

Для порівняння ринків між собою для кожної країни, яка досліджується, визначають усі вказані в таблиці показники та їхні характеристики, проставляють бали, а потім підсумовують ці бали (вагові коефіцієнти) за кожною країною окремо. Ринок, який набрав максимальну кількість балів, вважається найбільш сприятливим. Так, якщо X більше Y та Z, то ринок країни A буде цільовим для фірми.

Друга методика, яка також базується на складанні аналогічних таблиць, але охоплює ширше коло показників та критеріїв, дістала назву концепції «чотирьох фільтрів» відбору зарубіжного ринку (рис. 1.3).

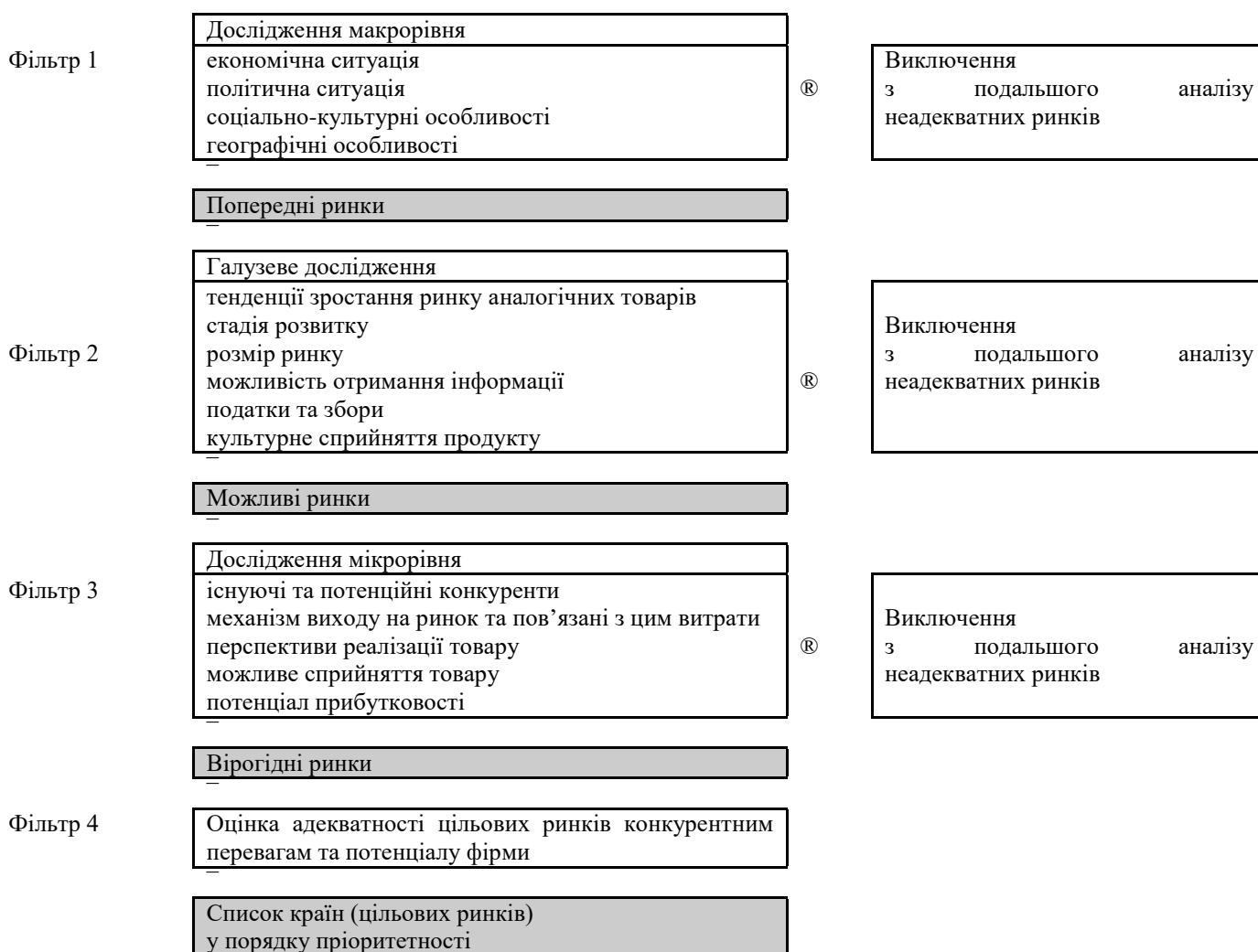


Рис. 1.3. Модель відбору зарубіжних ринків

Журнал "Euromoney" періодично проводить опитування спеціалістів у сфері економіки та фінансів для визначення ступеня ризику, який виникає при співробітництві з підприємствами 180 держав. Залежно від його величини кожна країна отримує бали в межах від нуля (максимальний

ризик) до 100 (мінімальний ризик). Для підрахунку підсумкової оцінки обирають підоцінки з дев'яти параметрів з різною кількістю балів: максимальна (25, 10 або 5 балів) відповідає найбільш сприятливому варіанту, нульова — найменш сприятливому. Агреговані підоцінки виставляються за такими параметрами:

1. Політичний ризик пов'язаний з припиненням обслуговування боргу, несплатою за позиками та дивідендами, неможливістю платежів за поставлені товари, наявністю перешкод для репатріації капіталу (максимум — 25 балів).

2. Економічне становище країни — величина ВВП на душу населення, прогноз перспектив на найближчі два роки (25 балів).

3. Показник зовнішньої заборгованості — відношення сумарного боргу до ВВП, річних зобов'язань з обслуговування боргу до експорту, сальдо балансу поточних операцій до ВВП (10 балів).

4. Показник, який відображає наявність дефолту або ре-програмування зовнішнього боргу (10 балів).

5. Кредитний рейтинг (10 балів).

6. Доступ до банківських ресурсів, який розраховується як відношення приватних довгострокових негарантованих кредитів до ВВП (5 балів).

7. Доступ до короткострокових фінансових ресурсів — доступність кредитних ресурсів найбільших банків США і Великої Британії (5 балів).

8. Доступ на ринки капіталів (5 балів).

9. Доступність форфейтингових послуг (5 балів). Експерти міжнародних дослідницьких компаній визначають також рейтинг країн світу з урахуванням найближчих перспектив національної економіки. Береться до уваги економічний ризик, стабільність національної валюти, стан бюджету і платіжного балансу, рівень безробіття, наявність структурних диспропорцій в економіці тощо.