

ROZHODOVANIE O INTERNACIONÁLIZÁCI MARKETINGOVÝCH ČINNOSTÍ ORGANIZÁCIE

(Prípadová štúdia č. 3)

1. CIEĽ:

Mojim cieľom v tejto prípadovej štúdii je analyzovať interné a externé prostredie podniku ID, teda faktory mikro a makroprostredia a rozhodnúť, či ID má internacionalizovať svoju činnosť.

2. OTÁZKY A ÚLOHY, KTORÉ SI KLADIEM:

1. Aké sú hlavné motívy pre rozšírenie pôsobenia firmy na zahraničný trh? Aké sú výhody, ktoré by mohla firma získať vplyvom rozšírenia?
2. Aké riziká a nevýhody so sebou prináša vstup firmy na zahraničný trh?
3. Aké sú výhody a nevýhody zotrvania firmy na domácom trhu bez expanzie na zahraničný trh?
4. Mám vykonať SWOT analýzu v súvislosti s možnou expanziou ID na zahraničné trhy.
5. Na základe analýzy silných a slabých stránok firmy, príležitostí a rizík na trhu mám navrhnúť, akú stratégiu na trhu by mala firma zaujať.

3. RIEŠENIE:

1. Aké sú hlavné motívy pre rozšírenie pôsobenia firmy ID na zahraničný trh? Aké sú výhody, ktoré by mohla firma získať vplyvom rozšírenia?

- efektívnejšie využitie výrobných kapacít podniku
- zvyšovanie kvality výrobkov (posun po skúsenostnej krivke)
- zvýšenie objemu predaja výrobkov (úspory z rozsahu)
- rozdelenie rizika vďaka väčšiemu počtu zákazníkov z rôznych trhov rôznych krajín
- dostatok finančných prostriedkov na internacionalizáciu činností
- uspokojenie potreby sebarealizácie v zahraničí
- posilnenie imidžu na domácom trhu

2. Aké riziká a nevýhody so sebou prináša vstup firmy na zahraničný trh?

- komerčné riziká
- politické riziká
- právne a kurzové riziká
- náklady na výskum trhu
- náklady na vytvorenie distribučnej siete
- náklady na marketingovú komunikáciu
- možnú jazykovú bariéru

- odlišnú kultúru a mentalitu ľudí
- colné zaťaženie

3. Aké sú výhody a nevýhody zotrvania firmy na domácom trhu bez expanzie na zahraničný trh?

Výhody:

- dobrá znalosť zákazníka a jeho potrieb
- existencia distribučných kanálov
- existencia informačných kanálov
- znalosť trhu

Nevýhody:

- hľadanie iných spôsobov využitia kapacity
- vysoké náklady na získavanie nových zákazníkov
- silnejúca konkurencia
- nasýtenosť trhu výrobkami

4. Mám vykonať SWOT analýzu v súvislosti s možnou expanziou ID na zahraničné trhy.

SWOT analýza firmy INTERIER DESIGN			
SILNÉ STRÁNKY		SLABÉ STRÁNKY	
rýchle a kvalitné vybavenie objednávok	8	absencia vývozných skúseností	6
nízke ceny vstupov a dostupnosť surovín v SR	9	chýbajúca marketingová koncepcia	9
skúsenosti v oblasti výroby nábytku	9	absencia vnútropodnikovej kontroly	8
technológia výroby	6	nesledovanie trendov v odvetví	3
dostatočný kapitál a nízka zadlženosť	10	informatizácia	6
PRÍLEŽITOSTI		HROZBY	
vysoké ceny porovnateľných výr. v zahraničí	9	kolísanie výmenných kurzov	3
vyššia kúpna sila obyvateľstva v zahraničí	4	prispôsobenie výrobkov štandardom EÚ	6
geografická blízkosť	6	zvyšovanie cien prepravcov v SR	4
proexportná politika vlády SR	5	možnosť vstupu podobných konkurentov	8
kontakty v zahraničí	6	vyššie nároky zákazníkov	5

tab. P9: Analýza SWOT pre ID

Silné stránky:	42/50 bodov (+)
Slabé stránky:	32/50 bodov (-)
Príležitosti:	30/50 bodov (+)
Hrozby:	26/50 bodov (-)

5. Na základe analýzy silných a slabých stránok firmy, príležitostí a rizík na trhu mám navrhnúť, akú stratégiu na trhu by mala firma zaujať.

SO ofenzívna stratégia	WO stratégia spojenectva
+ 42	+ 30 + 4 - 32
+ 10 ST defenzívna stratégia	- 26 WT stratégia ústupu

obr. P2: Matica - stratégia pre ID

V podniku ID prevládajú silné stránky nad slabými a príležitosti nad hrozbami. Z výsledkov hodnotenia SWOT analýzy je vidieť, že pre firmu je vhodná stratégia SO, teda ofenzívna stratégia uplatňovaná silným podnikom v priaznivom prostredí. Pre firmu ID existujú príležitosti, ktoré by mala využiť.

4. ZÁVER:

SWOT analýza potvrdila ofenzívnu stratégiu vstupu na nové trhy pre spoločnosť ID, firma by teda mala internacionalizovať svoje činnosti a vyvážať svoj výrobok na zahraničný trh.