

ROZHODOVANIE O VÝBERE TRHU

(Prípadová štúdia č. 4)

1. CIEĽ:

Mojim cieľom v tejto prípadovej štúdií je vybrať najatraktívnejšie zahraničné trhy, a to na základe činiteľov, ktoré sú pre firmu ID relevantné.

2. OTÁZKY A ÚLOHY, KTORÉ SI KLADIEM:

1. Na základe ktorých kritérií sa mám rozhodnúť pre výber cieľového zahraničného trhu?
2. Ktorý zahraničný trh by som odporučil firme ID na základe využitia bodovacej metódy a prečo?
3. Mám vykonať portfólio analýzu - analýzu trhovej pozície na zvolenom trhu.

3. RIEŠENIE:

1. Na základe ktorých kritérií sa mám rozhodnúť pre výber cieľového zahraničného trhu?

Ideálne by bolo, keby spoločnosť ID expandovala do celého sveta. Existujú tu však isté obmedzenia, ktoré túto aktivitu nedovoľujú. Pomocnú ruku mi v tejto chvíli ponúka selekčná analýza (screening process), ktorá používa štvornásobnú filtráciu na elimináciu nepriaznivých, nevhodných a nechcených krajín pre internacionalizáciu firmy.

FILTER 1 (makroúroveň skúmania - všeobecne o trhu)

1. kúpna sila obyvateľstva
2. politická stabilita

Krajiny, ktoré prešli prvým filtrom:

- Maďarsko
- Poľsko
- Taliansko
- Francúzsko
- Belgicko
- Holandsko
- Luxembursko
- Česká republika
- Grécko
- Veľká Británia
- Španielsko
- Portugalsko
- Rumunsko
- Bulharsko
- Švajčiarsko
- Nemecko
- Fínsko
- Dánsko
- Švédsko
- Nórsko
- Litva
- Lotyšsko
- Estónsko
- Slovinsko
- Chorvátsko
- Rakúsko
- Egypt

Dodatok k FILTRU1:

Po pridaní kritéria 3. geografická vzdialenosť trhu sa výber možných trhov obmedzil na:

- Maďarsko
- Rumunsko
- Poľsko
- Slovinsko
- Česká republika
- Rakúsko

FILTER 2 (makroúroveň skúmania - vo vzťahu k výrobku)

1. trhovú potenciál
2. vývoj dopytu
3. cena porovnateľných výrobkov

Krajiny, ktoré prešli druhým filtrom:

- Maďarsko
- Slovinsko
- Poľsko
- Rakúsko
- Česká republika

FILTER 3 (mikroúroveň skúmania - špecifické faktory ovplyvňujúce výrobok)

1. intenzita konkurencie
2. znalosť trhu

Krajiny, ktoré prešli tretím filtrom:

- Maďarsko
- Česká republika

FILTER 4 (rozhodnutie sa pre cieľový trh)

Vzhľadom na fakt, že firma v tejto fáze rastu chce expandovať zatiaľ na trh jednej krajiny, pre rozhodnutie sa medzi Českou republikou a Maďarskom použijem ďalšiu metódu.

2. Ktorý zahraničný trh by som odporučil firme ID na základe využitia bodovacej metódy a prečo?

Kritériá porovnania a hodnotenia zahraničných trhov:

- rast HDP
- špecifické riziká
- technologická úroveň
- sociálno-kultúrne faktory
- dovozné podmienky
- marketingové podmienky
- prepravné náklady
- dostupnosť a objem trhu
- intenzita konkurencie

Zvoleným kritériám hodnotenia boli priradené váhy podľa ich významnosti.. Hodnota 5 znamená najlepšiu hodnotu a 1 znamená najhoršiu hodnotu hodnoteného kritéria.. Výsledné hodnotenie charakterizuje celkovú úspešnosť krajiny a jej trhu.

Rast HDP (v %)	body	Objem trhu (v ks)	body	Prepravné náklady (v Sk/km)	body
do 1,5	1	do 2200	1	30 a viac	1
1,6 - 3,0	2	2201 - 2700	2	25 - 29	2
3,1 - 5,0	3	2701 - 3200	3	20 - 24	3
5,1 - 6,5	4	3201 - 3700	4	15 - 19	4
6,6 a viac	5	3701 a viac	5	do 15	5

tab. P10: Hodnotiace kritériá pre rast HDP, objem trhu a prepravné náklady

- *technologická úroveň* : 1b – nízka, 2-3b – priemerná, 4-5b - nadpriemerná
- *politické riziko* : 1 – 2b = politicky veľmi rizikové krajiny, 3-4b= politicky stabilizujúce sa krajiny, 5b = politicky stabilné krajiny
- *ekonomické riziko* : 1-2b = hospodársky zaostalé krajiny, 3-4b = transformujúce sa krajiny, 5b = ekonomicky najrozvinutejšie krajiny,
- *sociálno-kultúrne faktory*: 1b – úplne odlišná kultúra a jazyk, 2b – odlišný jazyk a podobná kultúra, 3b – podobný jazyk a podobná kultúra, 4b – rovnaký jazyk a podobná kultúra, 5b – rovnaký jazyk a rovnaká kultúra.
- *dovozné podmienky* : 1b – embargo, 2b – clo + tvrdé normy a licencie, 3b – clo, 4b – licencia, 5b – colná únia
- *distribučná sieť* : 1b = slabá, 2-3b = dobrá, 4-5b = veľmi dobrá
- *cena (porovnanie s konkurenciou)* : 1–2b = vyššia o viac ako 10%, 3b= cena v rozpätí (+/-10%), 4-5b = cena nižšia o viac ako 10%
- *média (porovnanie so SR)* : 1–2b = ceny vyššie o viac ako 10%, 3b = ceny v rozpätí (+/-10%), 4-5b = ceny nižšie o viac ako 10%
- *intenzita konkurencie* : 1–2b = veľmi silná konkurencia, 3-4b silná konkurencia, 5b = slabá konkurencia.

Kritériá	váha	Česká republika		Maďarská republika	
		body	hodnota	body	hodnota
• Faktory okolia					
rast HDP	4	3	12	3	12
technologická úroveň	3	4	12	4	12
špecifické riziká					
- politické	2	3	6	4	8
- ekonomické	5	4	20	4	20
sociálno-kultúrne faktory	3	5	15	5	15
• Faktory trhu					
dovozné podmienky	4	5	20	5	20
marketingové podmienky					
- distribučná sieť	4	3	12	4	16
- cena	3	3	9	4	12
- média	4	3	12	3	12
prepravné náklady	3	5	15	5	15
dostupnosť a objem trhu	5	4	20	5	25
intenzita konkurencie	5	2	10	3	15
Spolu	-	-	163	-	182

tab. P11: Hodnotenie krajín pomocou bodovacej metódy

Ako vyplýva z výsledkov bodovacej metódy, najvyšší počet bodov získal trh Maďarskej republiky (182 bodov). Spoločnosť ID sa zameria vo svojej činnosti na prienik na zahraničný trh Maďarskej republiky, resp. trh maďarskej časti Karpatského euroregiónu. Tento trh je pre firmu perspektívny a umožňuje firme umiestniť plánovanú zvýšenú produkciu na tento trh pri nízkej miere rizika.

Kritériá	Česká republika	Maďarská republika	1	2	3	4	5
rast HDP	3	3					
technologická úroveň	4	4					
politické riziká	3	4					
ekonomické riziká	4	4					
sociálno-kultúrne faktory	5	5					
dovozné podmienky	5	5					
distribučná sieť	3	4					
cena	3	4					
média	3	4					
prepravné náklady	5	5					
dostupnosť a objem trhu	4	5					
intenzita konkurencie	2	3					

———— Česká republika Maďarská republika

obr. P3: Porovnávací profil Maďarska a Českej republiky

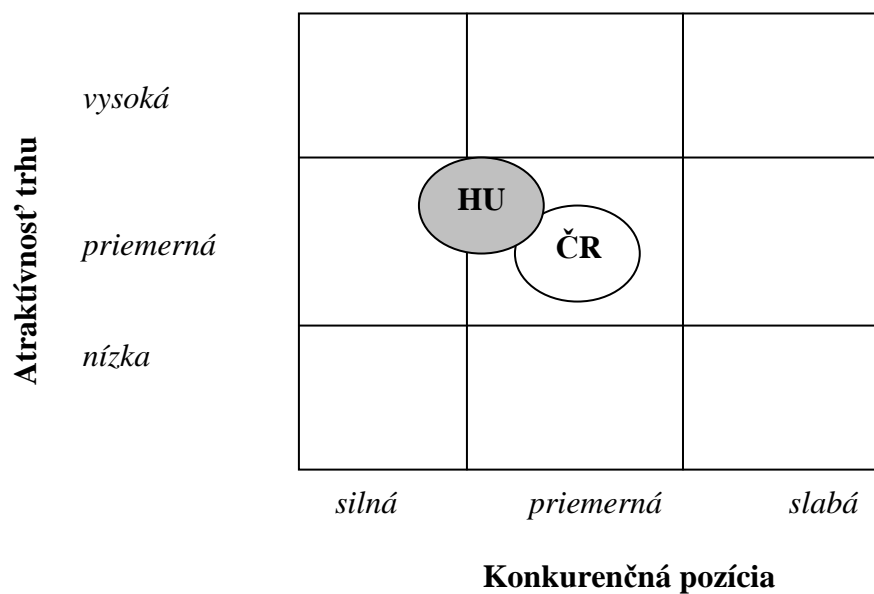
3. Mám vykonať portfólio analýzu - analýzu trhovej pozície na zvolenom trhu.

Atraktivnosť trhu	Maďarsko	Česko
Veľkosť	3	2
Rast	4	3
Intenzita konkurencie	3	3
Legislatívne vplyvy	2	2
Ziskovosť	3	3
Spolu	15/25	13/25

tab. P12: Analýza atraktivnosti trhu MR a ČR

Konkurenčná pozícia	Maďarsko	Česko
Kvalita služieb	5	3
Ceny	4	4
Podiel na trhu	1	1
Pridaná hodnota	3	3
Výnimočné schopnosti	3	2
Spolu	16/25	13/25

tab. P13: Analýza konkurenčnej pozície



obr. P4: Matica GE - McKinsey portfóliovej analýzy

4. ZÁVER:

Spoločnosť ID sa zameria vo svojej činnosti na prienik na zahraničný trh Maďarskej republiky, resp. trh maďarskej časti Karpatského euroregiónu.