

ПЕРЕВАГИ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

Бур'ян О. О.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Маркетинг продуктів і послуг на міжнародних ринках пропонує багато переваг, які можуть суттєво вплинути на прибутки компанії. Пропонуємо розглянути деякі ключові переваги, які можуть змінити ваш бізнес:

1. Збільшення частки ринку. Однією з найбільш очевидних переваг міжнародного маркетингу є розширення клієнтської бази. Виходячи на нові ринки, компанії можуть отримати доступ до більшої кількості потенційних споживачів, збільшуючи свою частку на ринку та зміцнюючи свою стійкість і стабільність.

2. Диверсифікація. Покладатися лише на внутрішній ринок може бути ризиковано, особливо під час економічних спадів. Міжнародний маркетинг дозволяє диверсифікувати, розподіляючи ризик між кількома ринками. Якщо один ринок стикається з проблемами, ваш бізнес все одно може скористатися можливостями на іншому ринку.

3. Конкурентна перевага. Компанії, які успішно продають свою продукцію на міжнародному ринку, часто користуються сильнішим іміджем бренду та визнанням, що може бути використано для отримання частки ринку навіть у висококонкурентному середовищі. Оскільки конкурентну перевагу можна примножити за допомогою міжнародного маркетингу, бізнес отримує кращу позицію на окремих ринках.

4. Інновації та навчання. Досвід, отриманий у міжнародному маркетингу, може дати цінну інформацію про поведінку споживачів, ринкові тенденції та операційну ефективність.

5. Сезонні коливання. Сезонні коливання можуть створювати проблеми для компаній, які покладаються на певний сезон продажу. Міжнародний маркетинг може допомогти збалансувати ці коливання, продаючи продукти на ринках з різними сезонними циклами. Наприклад, компанія з виробництва одягу може продавати літній одяг як у Північній, так і в Південній півкулях, фактично подвоївши сезон продажу. 6. Покращений імідж бренду. Успішний міжнародний маркетинг продуктів або послуг може підвищити імідж бренду, збільшивши його привабливість навіть на внутрішньому ринку. Сприйняття міжнародного бренду додає престижу та залучає ширшу клієнтську базу. 7. Регуляторні переваги. У деяких випадках міжнародні ринки можуть запропонувати кращі регуляторні умови, наприклад податкові пільги або знижені тарифи, що може підвищити прибутковість.

Оскільки різні правила можуть сприяти успіху міжнародного маркетингу або порушувати його, знання того, як їх застосовувати, може дати компанії конкурентну перевагу.

Література:

1. Смарт Роланд. Agile-маркетинг. Перетворення досвіду клієнтів на вашу конкурентну перевагу / пер. з англ. Л. Герасимчука. Харків: КСД, 2019. 206 с.