

УДК 658.8.011.1

**ВЫБОР ЗАРУБЕЖНОГО РЫНКА СБЫТА КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ  
ИНФОРМАЦИОННЫХ ПОСОБИЙ ДЛЯ ЭКСПОРТЕРОВ****В.С. ВАВИЛОНСКАЯ***(Полоцкий государственный университет)*

*Проведен анализ ряда пособий на предмет предлагаемых потенциальным экспортерам методик по выбору зарубежных рынков сбыта. Автором обосновывается необходимость разработки практически применимой и эргономичной для руководителей и специалистов предприятий методики выбора экспортного рынка.*

**Ключевые слова:** *маркетинговая политика, внешние рынки, зарубежные рынки, промышленные предприятия, экспорт.*

В условиях всенарастающей глобализации не осталось предприятий, руководство которых не ставило бы перед собой вопросов о необходимости реализации своих товаров не только на отечественных но и зарубежных рынках. Реализация экспортного потенциала предприятия способствует как улучшению экономического положения, так и повышению уровня экономической безопасности предприятия в целом. В настоящее время белорусские предприятия имеют широкие возможности для освоения зарубежных рынков сбыта, а нарастающая конкуренция требует использования и реализации этих возможностей. Те же отечественные предприятия, которые сконцентрированы только на локальном рынке, рискуют отстать от современных тенденций в мировой экономике, упустить потенциальную прибыль.

В момент, когда руководитель предприятия начинает думать о необходимости экспорта своего товара, перед ним встает первый, определенно важный вопрос: «Куда?». Для предприятия, которое ранее действовало только на внутреннем рынке и не имело постоянных внешнеторговых связей, ответить на этот вопрос будет не просто, так как на данном этапе необходимо учесть многих факторов.

**Основная часть.** В целях обеспечения поддержки внешнеэкономической деятельности предприятий, министерствами и аналитическими центрами различных стран создаются пособия для начинающих экспортеров. В них находят отражение основные этапы, которые необходимо пройти производителю для успешного выхода и закрепления на зарубежном рынке.

Обратимся к некоторым из таких пособий с целью анализа методик, предлагаемых потенциальным экспортерам как руководство для действий. При анализе будем учитывать полноту предлагаемых рекомендаций и их методическую самостоятельность.

Региональный интегрированный центр «РИЦ-Липецкая область» в своем методическом пособии «Основы организации экспортной деятельности в малых и средних предприятиях» относительно выбора рынка сбыта предлагает к рассмотрению пункт «Анализ привлекательности зарубежных рынков» [1]. В данном пункте отмечается, что предприятию, заинтересованному в экспорте своей продукции, необходима информация, которая поможет определить потенциальные рынки товаров или услуг, выбрать несколько приемлемых для сбыта рынков и составить полное представление об этих рынках. На первом этапе предлагается исключить менее привлекательные рынки через классическую группу факторов: экономические, географические, технологические факторы, политический климат, культурная среда, иностранная торговая политика. На втором этапе предлагается оценить конкурентоспособность продукции по сравнению с аналогичными товарами на данном рынке. Приведен перечень международных источников информации о зарубежных рынках. Проанализировав данный пункт, можно говорить о недостаточной методической базе для потенциальных экспортеров относительно выбора оптимального рынка для экспорта, рекомендации представлены в самом общем виде и не могут представлять собой эффективный план действий относительно выбора зарубежного рынка сбыта.

Министерство экономического развития Российской Федерации предлагает пособие «Как экспортировать. Пособие для начинающего экспортера» [2]. В рамках пособия отмечается, что выбор страны и партнера – решающая задача на первоначальном этапе разработки маркетинга. Пособие предлагает потенциальным экспортерам самостоятельно искать страну экспорта в сети Интернет. Приведены способы поиска требуемой информации, ссылки на международные статистические порталы. Также в пособии акцентируется внимание не только на страновом выборе рынка, но и на конкретной отрасли, в рамках которой намеревается действовать потенциальный экспортер. Отмечается, что важно иметь представление о конкретных предприятиях или партнерах в отрасли, собрать информацию относительно размера рынка – крупнейших производителей и соответствующих им рыночных долей, определить тенденции и перспективы развития отрасли. Описываются два способа изучения рынков в зависимости от намерений производителя: поверхностное изучение основных рынков в случае, если предприятие не предпола-

гает крупномасштабно увеличивать производство и капиталовложения, а только незначительно дополняет свой портфель заказов экспортными позициями, и углубленное изучение регионального рынка при наличии намерений на длительную и серьезную перспективу. Рассмотренное пособие затрагивает важные аспекты выбора экспортного рынка сбыта, в частности анализ отраслевых рынков стран.

Аналитически центр по внешней торговле при поддержке Министерства промышленности и торговли Российской Федерации предлагает «Пособие экспортерам» [3]. В пособии относительно рынков сбыта обозначены основные характеристики рынков, особенности выхода на рынки, риски экспорта и методы анализа рынка. Вопрос же выбора из множества страновых альтернатив в данном пособии не рассматривается.

Центр координации поддержки экспортно-ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства при Министерстве экономики Удмурдской Республики в своем информационном пособии «Экспорт – шаг за шагом. Ответы на 12 вопросов начинающего экспортера» освещает вопрос о самостоятельном анализе зарубежного рынка [4]. Приводятся основные вопросы, по которым экспортеру необходимо собрать информацию и методы сбора первичной и вторичной информации преимущественно с помощью сети Интернет. Однако данное пособие также не затрагивает вопросов выбора страны для экспорта или субрынков в рамках какой-либо из стран.

Комитет торговли Министерства индустрии и торговли Республики Казахстан разработал информационную брошюру «В помощь экспортеру: Как выйти на внешний рынок?» [5]. В брошюре кратко затрагивается вопрос о выборе страны для экспорта. Так, на первом этапе рекомендуется определить два-три наиболее «подходящих» зарубежных рынка, которые обладают потенциалом для экспортного развития. Среди данных рынков выбирается один с наиболее низкой степенью риска и сравнительно облегченным доступом. В брошюре приводятся параметры, которые позволяют охарактеризовать страну как «доступную» и «сложную для доступа». Выбирая рынок для экспорта, необходимо балансировать между таким понятием, как «доступность» внешнего рынка, и потенциальными возможностями, который предлагает рынок. Это можно сделать посредством сравнения позиций экспортера и внешнего рынка с точки зрения рисков, издержек, контактов, удобства, интересов. Таким образом данная информационная брошюра в некоторой степени затрагивает интересующий нас вопрос о страновом выборе для экспорта.

Российский экспортный центр предлагает «Учебное пособие для начинающих экспортеров» [6]. Пособие в ряд задач при подготовке к экспорту ставит, в том числе, задачу по определению наиболее привлекательного иностранного рынка и поиску потенциального иностранного покупателя. Начинающему экспортеру предлагается провести кабинетное исследование по направлениям: географическое расположение, заинтересованность отдельных стран в сотрудничестве со страной экспортера, изученность потенциального рынка. Данное пособие предлагает при первичном выборе страны для экспорта в первую очередь рассматривать географический фактор, так как здесь оказывают влияние тип товара (скоропортящийся товар, хрупкий товар, товар, который не требует физической доставки, например, программное обеспечение), уникальные преимущества отдельных географических регионов, на которых находится либо сам экспортер, либо рынок, который может его заинтересовать. Изучение страновых рынков пособие рекомендует проводить по следующим направлениям: емкость рынка, исследование конкурентов, цены товара, языковых, культурных и религиозных различий. Окончательный выбор зарубежного рынка осуществляется после тщательного анализа всех перечисленных выше факторов, а также условий, которые могут быть значимыми для экспортного проекта конкретного экспортера. В пособии приведен список критериев для определения страны, наиболее благоприятной для экспорта предприятия. Начинающему экспортеру предлагается ответить на вопросы-критерии применительно к каждой из возможных стран и внести ответы в таблицу, в результате чего предприятие получает наглядный документ, в котором по каждому из критериев видна ситуация относительно каждой из стран. Далее в пособии приводятся рекомендации по поиску иностранного покупателя и определению его типа – посредник/конечный потребитель, оптовый/розничный, по проведению проверки надежности потенциальных покупателей.

Обратимся к материалам, которые представлены для отечественных потенциальных экспортеров. В Республике Беларусь «Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен» через портал Export.by – комплексную виртуальную выставку белорусских субъектов хозяйствования, осуществляет комплексную информационно-маркетинговую поддержку внешнеэкономической деятельности белорусских предприятий и организаций. На вышеуказанном портале представлена «Памятка белорусскому экспортеру» [7]. Памятка содержит раздел «Выбор экспортного рынка». Для выбора страны экспорта экспортеру рекомендуется провести маркетинговое исследование в следующей последовательности: межстрановой анализ; страновое исследование (анализ рисков и факторов, влияющих на возможность реализации продукции на рынке: политические, экономические, культурные и пр.); отраслевой анализ. В памятке отмечается, что при рассмотрении рынков стран, на которых возможен экспорт товаров производителя, или отраслей, куда будут направлены силы и средства предприятия, необходимо досконально изучить отраслевые информационные ресурсы и сформировать базу необходимых данных. На втором этапе маркетингового

исследования рынков, в результате межстранового анализа, предприятие намечает, как правило, два-три рынка, представляющих наибольший интерес. Затем предлагается провести анализ конкурентной среды выбранных рынков для определения рынка с наибольшим потенциалом. Выбранный экспортером потенциальный рынок сбыта предлагается оценивать по таким направлениям, как: факторы, определяющие политическую, законодательную, деловую среду (правила ведения бизнеса в странах); структура рынка и сложившаяся конъюнктура, анализ зарубежных контрагентов и др. [7, с. 7].

Стоит отметить, что в «Памятке белорусскому экспортеру» не нашел своего отражения ряд важных моментов. Так, рекомендуется формировать базу данных на основе отраслевых ресурсов, однако, какие именно это должны быть данные, в памятке экспортеру не указано, но перечень международных статистических и информационных ресурсов приведен, хоть и не такой обширный и структурированный, как, например, в «Учебном пособии для начинающих экспортеров» Российского экспортного центра. Также памятка предлагает потенциальному экспортеру провести анализ конкурентной среды выбранных рынков, однако ключевые критерии анализа не указаны. В целом вопрос выбора экспортного рынка в «Памятке белорусскому экспортеру» отражен недостаточно широко, информация плохо структурирована, несмотря на то, что данный документ позиционируется как «расширенный алгоритм действий компаний, содержащий информацию об особенностях организации экспортной деятельности и о подготовке к выходу на внешние рынки» [7, с. 1].

**Заключение.** В рамках проведенного нами исследования пособий для экспортеров, можно сказать, что «Учебное пособие для начинающих экспортеров» Российского экспортного центра наиболее полно из представленных отражает важные аспекты, относительно структурировано и позволяет ориентироваться в большом потоке информации по такой важной теме, как выбор экспортного рынка и покупателя на нем. Последний фактор, несомненно, является важным, так как в случае, если экспортную деятельность начинает малое или среднее предприятие, руководство не всегда может потратить значительную сумму на оплату услуг сторонней организацией по проведению маркетинговых исследований и стремится провести их самостоятельно. Именно поэтому важно говорить о практической применимости рекомендаций, приведенных в пособиях такого рода, и об удобстве их использования.

Белорусским экспортерам необходимо предложить актуальную методику, которая многоаспектно отражает вопрос выбора экспортного рынка и дает руководителю предприятия и специалистам в сфере маркетинга практические инструменты для проведения анализа возможных страновых альтернатив и отраслевых рынков внутри стран.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Основы организации экспортной деятельности в малых и средних предприятиях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://t.mbmosreg.ru/site/down/files/6Posobie-Lepetck-EEN-2015.pdf>. – Дата доступа: 15.03.2017.
2. Как экспортировать. Пособие для начинающих экспортеров. Часть 1 – Подготовка к экспорту: первые шаги [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.veb.ru/common/upload/files/veb/br/export/mp\\_p1\\_r](http://www.veb.ru/common/upload/files/veb/br/export/mp_p1_r). – Дата доступа: 15.03.2017.
3. Пособие экспортерам [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://media.wix.com/ugd/2c13bb\\_3aa70fc23ec14525979013c7b161f017](http://media.wix.com/ugd/2c13bb_3aa70fc23ec14525979013c7b161f017). – Дата доступа: 15.03.2017.
4. Экспорт – шаг за шагом. Ответы на 12 вопросов начинающего экспортера [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.udmexport.ru/sites/default/files/>. – Дата доступа: 15.03.2017.
5. В помощь экспортеру: как выйти на внешние рынки? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.kazninvest.kz/kz/about/about\\_us/Kak\\_vyiti\\_na\\_vneshnie\\_rynki\\_ru.pdf](http://www.kazninvest.kz/kz/about/about_us/Kak_vyiti_na_vneshnie_rynki_ru.pdf)? – Дата доступа: 15.03.2017.
6. Учебное пособие для начинающих экспортеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://api.exportedu.ru/api/documents/29/download>. – Дата доступа: 15.03.2017.
7. Памятка белорусскому экспортеру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://export.by/filemanager/userfiles/pamyatka/pamyatka\\_exporteru.pdf](https://export.by/filemanager/userfiles/pamyatka/pamyatka_exporteru.pdf). – Дата доступа: 15.03.2017.

Поступила 18.03.2017

#### SELECTING THE EXPORT MARKET AS A COMPONENT OF INFORMATION BENEFITS FOR EXPORTERS

V. VAVILONSKAYA

*Some manuals being analyzed on the relevance of finding a good methods of selecting export markets. The author describes necessity of developing a method of selecting an export markets that is practically applicable and ergonomic for managers and specialists of enterprises.*

**Keywords:** marketing policy, foreign markets, industrial companies, export.