

7 ШАГОВ ДЛЯ ЭКСПОРТА

2 ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПЕРСПЕКТИВНЫХ РЫНКОВ

Чтобы определить перспективные рынки, вам необходимо проанализировать торговые данные, оценить условия доступа к рынкам и выявить тенденции на рынке.



**РУКОВОДСТВО
ДЛЯ ЭКСПОРТЕРА**



На предыдущем шаге вы сформулировали информацию о местоположении (где мы сейчас находимся) и чувство направления (куда мы хотим идти). Пришло время определить перспективные экспортные рынки.

При определении перспективных рынков вы начинаете составлять короткий список рынков с высоким потенциалом роста для вашего бизнеса. Во-первых, вы должны использовать широкий подход, чтобы увидеть, где открываются возможности. Имеет смысл начать с переменной роста импорта, выделив страны, которые имеют соответствующий размер рынка и благоприятный рост импорта. Основываясь на наборе дополнительных переменных, вы можете еще больше сузить количество потенциальных рынков до максимум трех,

так называемых первоочередных рынков. После этого вы можете пойти на один уровень глубже и подробно рассмотреть тенденции, которые вы определили на заранее выбранных рынках с высоким потенциалом.

Фильтр 1: Статистический анализ

Во-первых, определите 10 рынков, которые актуальны и быстро растут для продукта, который вы хотите экспортировать. Вы можете сделать это, проанализировав торговую статистику. Это позволяет вам получить представление о том, куда в настоящее время экспортируется ваш тип продукции, какие страны импортируют наибольшие количества и какие страны демонстрируют самый высокий рост.

Полезные источники:

Чтобы выделить рынки с высоким потенциалом, мы рекомендуем вам использовать статистические инструменты Международного торгового центра (МТЦ). [Trademap](#) представляет мировую статистику по экспортным показателям, такую как годовая стоимость и объемы экспорта / импорта и (средние) годовые темпы роста. Таким образом, вы можете определить международный спрос на вашу продукцию.

- Когда вы фокусируетесь на европейском рынке, исследования Центра по продвижению импорта из развивающихся стран являются очень ценным ресурсом, который содержит проанализированные данные о торговле и рыночных тенденциях, подчеркивающих возможности.

Подсказка:

При анализе торговых данных посмотрите на тенденции за последние 5 лет. Какие рынки растут, какие стабильны или падают? Был ли рост рынка стабильным из года в год или наблюдался спад? Не сосредотачивайтесь только на крупных рынках. Посмотрите на небольшие рынки, которые появляются и демонстрируют высокие темпы роста. Грядущий рынок может иметь меньшую конкуренцию и предоставлять вам возможности. В целом, на основе этих тенденций вы можете определить, какие рынки интересны для вашего продукта.



Растущие рынки предлагают большой потенциал, но они будут привлекать сильную конкуренцию, особенно когда рынок большой. Уровень цен имеет тенденцию к снижению. Тем не менее, для вас все еще может быть там место.

Тем не менее, для вас все еще может быть там место. Рассмотрите возможности поиска новых сегментов, предлагая конкурентное преимущество вашего продукта.

Стабильные рынки обычно указывают на насыщенный спрос. Многие конкуренты активны, хотя некоторые, возможно, уже отказались от участия. Цены находятся под постоянным давлением. Продвижение тяжелое. На такой рынок нелегко проникнуть, если вы не предложите конкурентоспособную цену.

Снижающиеся рынки практически не предполагают никакого потенциала для получения прибыли. Вам будет слишком дорого поддерживать свою позицию на рынке и при этом зарабатывать деньги.

Обратите внимание на то, что это грубое обобщение. Тем не менее, оно предполагает, что вы должны внимательно оценить тренды рынка, чтобы принять правильное решение: выходить на этот рынок или нет?

Фильтр 2. Условия доступа к рынку

После определения рынков с высоким потенциалом, следующим шагом будет проверка наличия на этих рынках

определенных **условий доступа к рынкам** (таких как таможенные тарифы и преференциальные режимы), применимых к вашей продукции. Некоторые препятствия затруднят доступ к определенному рынку и, следовательно, будут менее благоприятными. Желательно найти рынок с благоприятными условиями, к которому относительно легко получить доступ. Помимо использования Карты доступа к рынку МТЦ [Marcel Access Map](#), торговые ассоциации могут давать советы по условиям доступа на рынок.

Фильтр 3: привлекательность рынка

Для дальнейшего сокращения потенциальных рынков максимум до трех (первоочередных рынков) проводится грубое сканирование привлекательности рынков. Переменные, которые вы можете использовать для оценки привлекательности рынков, включают:

- ▶ Исторические, культурные или географические характеристики
- ▶ Характеристики рынка
- ▶ Социальные факторы
- ▶ Экономические факторы
- ▶ Политические факторы
- ▶ Технологические разработки и инновации
- ▶ Активность конкурентов
- ▶ Характеристики цепочки поставок.

Фильтр 4: Благоприятные тенденции

Для трех основных приоритетных рынков вы можете пойти на один уровень глубже и рассмотреть тенденции, которые вы определили на этих рынках. Анализ тенденций позволит вам увидеть, где ваш продукт будет иметь наибольшие шансы на успех. Более того, определение тенденций и изменений тенденций на ваших целевых рынках позволит вам охватить новые тенденции, соответствующим образом адаптировать свои продукты и скорректировать цепочку создания стоимости. Вы поймете, что поставщик, который действует быстрее всего, скорее всего, увидит рост своей доли на рынке. Самый простой способ определить тенденции – это использовать **6 инструментов Marketing Mix:**

Продукт: ищите тенденции, которые влияют на физические свойства вашего продукта. Это могут быть дизайн и настройка на клиента, размер, объем, вес, функция, емкость, использование, воздействие на окружающую среду, удобство и упаковка.

Место: тенденции размещения могут включать тенденцию к укорочению или удлинению цепочки сбыта либо к другой или совершенно новой цепочке сбыта. Доступность в цепочке или определенное время выполнения заказа, если вы производите заказ, могут быть тенденцией. К другим тенденциям, связанным с местами, относятся рост электронной коммерции, электронных рынков и их влияние на вашу модель распространения (реализации).

Цена: вы можете заметить тенденции к нижнему пределу рынка или, наоборот, к верхнему пределу рынка, или тенденцию к снижению количества.

Продвижение: переход от офлайн-продвижения к онлайн-продвижению, а также поисковая оптимизация, реклама в поисковых системах также являются тенденцией, заслуживающей внимания, например, переход от вещания к передаче по точкам или использование социальных сетей, видео маркетинг и маркетинг эмоций через рассказывание историй. Изменения в инструментах коммуникации, брендах, изображениях, целевых группах и позиционировании также могут иметь влияние, или переход от брендинга продукта к бренду компании.

Люди: примерами являются тенденции к явным проблемам с заинтересованными сторонами, охрана труда и безопасность, социальное обеспечение и общественные услуги, прозрачная ответственность и подотчетность, корпоративная социальная ответственность (КСО) и растущая рыночная доля продуктов и продуктов с хорошей историей, соответствующих принципам справедливой торговли.

Планета: тенденции, связанные с планетами, связаны с такими вопросами, как энергоэффективность и экономика, возможность вторичной переработки и цепочки поставок. Экологический менеджмент, устойчивость и подотчетность также являются ключевыми тенденциями.



АГЕНТСТВО ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И
ЗАЩИТЕ ИНВЕСТИЦИЙ
КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

Узнайте больше на сайте:
<https://export.gov.kg>
или свяжитесь с нами:
E-mail: office@export.gov.kg,
Тел.(312) 623849



