

Особенности стратегий экспорта

Морозова А.С.

Белорусский национальный технический университет

Отличительная черта стратегий экспорта от других институциональных форм выхода на внешние рынки состоит в том, что экспортируемое впоследствии благо производится внутри страны, а находит своего конечного потребителя за пределами страны производства. Таким образом, взаимодействуют производитель-резидент с конечным потребителем – нерезидентом. Однако различие в способах достижения конечного потребителя обуславливает наличие таких форм в рамках экспорта, как косвенный и прямой экспорт.

В результате суть выбора косвенного и прямого экспорта в качестве институциональной формы входа на внешний рынок заключается в выборе каналов распределения продукции, что предполагает выбор логистической системы, которая соединяет производителя и покупателя на внешнем рынке.

Косвенный экспорт не предполагает прямого контакта производителя–экспортера с зарубежным покупателем. Все функции по распределению произведенного продукта перекадываются на посредника-резидента, у которого уже есть свои схемы распределения, созданы сбытовые каналы и налажены соответствующие бизнес-процессы за рубежом. У экспортера не возникает привязанности к конкретному рынку, поэтому его присутствие на нем может иметь краткосрочный характер.

При **прямом экспорте** предприятие-экспортер не прибегает к посредникам-резидентам внутреннего рынка, чтобы обеспечить себе доступ на внешний рынок. Экспортер сотрудничает непосредственно с нерезидентами, которые могут являться как конечными потребителями, так и посредниками, сбытовыми и агентскими организациями, и переносит значительную часть своей стадии распределения за рубеж. Эффективно организовав свои бизнес-процессы за рубежом, экспортер может наладить каналы сбыта значительных объемов своей продукции и сформировать базу для своего долгосрочного присутствия на зарубежном рынке.