

УДК 339.944

Т. А. Проц

Белорусский национальный технический университет, Беларусь

**СПОСОБЫ И ОЦЕНКА ПРОНИКНОВЕНИЯ НА НОВЫЕ ЭКСПОРТНЫЕ РЫНКИ СБЫТА\***

*В статье рассматриваются основные способы проникновения на новые экспортные рынки, проводится их сравнительный анализ, выделяются основные преимущества и недостатки каждого из способов. Приведен краткий обзор оценки проникновения предприятий на новые рынки сбыта. Изучены пути совершенствования процессов интернационализации деловой активности предприятий.*

**Ключевые слова:** интернационализация; развитие; интеграция; экспорт; рынки сбыта.

**Введение**

В современном быстроразвивающемся мире главной целью предприятий является не только выпуск конкурентоспособной продукции, но и расширение своих рынков сбыта. Интернационализация деловой активности стала неотъемлемой частью развития современного предприятия или отрасли. Проникновение на новые экспортные рынки может положительно влиять на эффективность деятельности организации. Для определения степени проникновения на новые экспортные рынки сбыта необходимо проанализировать существующие методы оценки и охарактеризовать институциональные формы выхода предприятия за рубеж.

**Основная часть**

Существуют различные классификации способов проникновения предприятий на зарубежные рынки, но в большинстве из них выделяют такие виды: экспортирование, совместные предприятия, прямые инвестиции, лицензионные операции, неакционерное кооперационное соглашение, филиал. Остановимся подробнее на каждом из способов [1].

Экспортирование – наиболее простая и наиболее распространенная институциональная форма выхода предприятия за рубеж. В буквальном смысле обозначает вывоз произведенных товаров и услуг за пределы государства. Отличается от других институциональных форм тем, что относится к организации лишь зарубежного сбыта, и заключается в том, что конечный или промежуточный продукт компании, будучи изготовленным за пределами целевой страны, позднее напрямую поставляется независимому зарубежному покупателю.

Для оценки эффективности экспорта рассчитывают показатели:

– выгодность экспорта, измеряемая отношением стоимости во внешнеторговых ценах товара, вывезенного из страны, к его стоимости во внутренних ценах [2];

– экспортная квота; количественный показатель, показывающий значимость экспорта для народного хозяйства страны или его отраслей, рассчитывается как отношение объема экспорта (натуральном/стоимостном выражении) к объему внутреннего производства данной продукции за определенный промежуток времени [3];

– коэффициент эффективности экспорта, соотношение экспортного дохода и экспортных затрат;

– устойчивость позиций предприятий на внешних рынках; соотношение реального объема поставок к числу покупателей; повышение устойчивости экспорта будет наблюдаться в случае роста данного показателя за счет увеличения объема поставок при неизменном количестве покупателей;

– показатели динамики поставок на экспорт.

Совместные предприятия – это более сложная форма межфирменного сотрудничества, которая подразумевает учреждение нового предприятия. При создании совместного предприятия партнеры по бизнесу совместно несут ответственность за деятельность предприятия и вносят свой вклад в виде финансовых или материальных активов. Делят между собой обязанности по управлению, а также разделяют риски и прибыль пропорционально уровню собственности. Использование совместного предприятия значительно повышает ресурсную вовлеченность предприятия в зарубежный рынок, а также уровень контроля над зарубежным рынком.

Оценить эффективность совместного предприятия можно, рассчитав показатели эффективности хозяйственной деятельности (рентабельность, прибыльность, период окупаемости, интегрированный экономический эффект).

Прямые инвестиции – это форма выхода на зарубежные рынки с самым высоким уровнем контроля. При этом организация берет на себя все обязанности по деятельности на внешнем рынке, не привлекая к работе деятельность посредников либо партнеров по совместным альянсам. Прибегая к прямым инвестициям, предприятие имеет два варианта:

– создание новой организации;

– приобретение существующей иностранной компании.

К преимуществам данной формы расширения рынка относится возможность самостоятельно определять маркетинговую стратегию, возможность более эффективной ценовой политики за счет снижения транспортных затрат на доставку готовой продукции. Большинство стран «поощряют» инвестирование, создавая льготные условия работы предприятиям с иностранным капиталом. Еще одним, не менее мало важным преимуществом, является непосредственная близость и контакт с потенциальным потребителем. При всех

неоспоримых плюсах данной формы проникновения на зарубежные рынки прямые инвестиции имеют большие риски по сравнению с другими формами.

Оценить эффект прямых инвестиций можно при помощи простых показателей эффективности капиталовложений (период, срок окупаемости, норма прибыли) и показателей на основе дисконтирования денежных потоков (индекс и внутренняя норма доходности, период возврата инвестиций).

Лицензионные операции (франчайзинг) представляют собой продажу права на использование определенного вида бизнеса, используют существующую бизнес-стратегию. При этом компания-франчайз получает право использования товарных знаков и брендов компании-франчайзера. Лицензионные операции как способ расширения рынков сбыта имеют свои преимущества. К ним можно отнести:

- расширение масштабов бизнеса без увеличения администрирования; все вопросы, связанные с управлением в новых регионах, решают менеджеры бизнес-партнеров;
- снижение затрат на подготовку персонала;
- увеличение продаж сопутствующих или расходных товаров в соответствии с договорами;
- развитие бренда за счет увеличения сети.

Данный способ расширения рынков сбыта может быть использован только теми предприятиями, у которых эффективность работы налажена и проверена временем, производимые товары/услуги должны быть востребованными и известными.

Оценить эффективность лицензионных операций можно при помощи такой же методики, как и при оценке результативности прямых инвестиций.

Еще одним способом проникновения на зарубежные рынки является неакционерное кооперационное соглашение. Данная форма подразумевает под собой сотрудничество предприятий на договорной основе без каких-либо финансовых обязательств обеих сторон и без регистрации нового юридического лица. Примерами такого взаимодействия может быть привлечение независимых агентов и выполнение некоторых видов работ на контрактной основе. Преимуществом этой формы взаимодействия являются незначительные финансовые затраты, но при этом величина контроля тоже невелика. Существует риск дальнейшего использования технологий лицензиатом без каких-либо обязательств.

Еще одна эффективная форма выхода на новые рынки – филиал. Филиал – предприятие, в котором материнская компания владеет всей собственностью и единоличной ответственностью за управление деловой активностью. Данная форма широко используется из-за ее неоспоримых преимуществ. *Во-первых*, компания имеет полный контроль над деятельностью своего филиала за пределами страны. *Во-вторых*, снижаются технологические риски. В то же время данная форма достаточно финансово затратная.

#### Анализ результатов

Проанализировав вышеперечисленные способы оценки проникновения на новые экспортные рынки, видим, что все перечисленные формы интернационализации деловой активности имеют как преимущества, так и недостатки. Результаты анализа представлены в таблице.

#### Сравнение способов проникновения на новые экспортные рынки

Способ проникновения	Достоинства	Недостатки
Экспорт	Невысокие финансовые риски. Постепенное проникновение на рынок. Изучение нового рынка	Тарифные и нетарифные ограничения. Возможность конфликтов с дистрибьюторами. Доставка товаров к месту продажи
Совместные предприятия	Повышение уровня контроля над зарубежным рынком. Возможность наиболее эффективно и быстро входить на новые рынки. Деление рисков между партнерами. Глубокое изучение нового рынка	Меньшая гибкость предприятия по сравнению с независимым. Риск потери уникальных знаний. Риск поглощения более сильным партнером СП
Прямые инвестиции	Возможность получения больших прибылей. Осуществление контроля над выполнением операций. Приобретение знаний о местном рынке. Возможность избежать тарифов и нетарифных ограничений	Необходимость больших инвестиций в производственные мощности и систему управления. Более высокий уровень подверженности политическим рискам
Лицензионные соглашения (франчайзинг)	Расширение масштабов бизнеса без увеличения администрирования. Низкий уровень финансовых рисков. Низкие затраты на подготовку персонала. Увеличение продаж сопутствующих или расходных товаров в соответствии с договорами. Развитие бренда за счет увеличения сети	Ограниченные возможности рынка. Зависимость от франчайзи. Потенциальные конфликты с франчайзи. Вероятность создания нового конкурента
Неакционерное кооперационное соглашение	Отсутствие финансовых рисков. Минимизируются бюрократические проволочки	Небольшая степень контроля деятельности. Риск потери уникальных знаний, технологий

Окончание таблицы

Способ проникновения	Достоинства	Недостатки
Филиал	Полная управляемость. Упрощается обратная связь с руководством филиала в регионе. Отсутствие вероятности появления нового конкурента	Большие финансовые инвестиции. Риски неудачного открытия лежат на головной компании. Требуется постоянный контроль над движением финансовых средств

**Выводы**

Анализ способов и оценки проникновения компаний на новые экспортные рынки показал, что каждый из способов имеет свои преимущества и недостатки. Выбор способа проникновения зависит от специфики предприятия и от целей преследуемых им. Выбор способа может быть определен с помощью оценки эффективности: чем выше получаемый эффект, тем более подходящим является способ проникновения на рынок.

**Библиографические ссылки**

1. Данильченко А. В., Калинин Д. С. Теоретические основы транснационализации страны и предприятия Беларусь и мировые экономические процессы : сб. науч. ст. – Вып. 8. ; редкол.: А. В. Данильченко (предс.) [и др.]. – Минск, 2011. – 195 с.
2. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. – 5-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2007. – С. 495.
3. Данильченко А. В., Бертош Е. В., Малашенкова О. Ф. Интернационализация деловой активности стран и компаний. – Минск : БГУ, 2015. – 295 с.

T. A. Prots

Belarusian National Technical University, Belarus

**METHODS AND ASSESSMENT OF PENETRATION INTO NEW EXPORT MARKETS.**

*The article discusses the main ways of penetration into new export markets, carries out their comparative analysis, highlights the main advantages and disadvantages of each of the methods. A brief review of the assessment of the penetration of enterprises into new markets is given. Ways of improving the processes of internationalization of business activity of enterprises have been studied.*

**Keywords:** internationalization; development; integration; export; sales markets.