

ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКСПОРТА ПРОДУКЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Д.Я. Вандич, 2 курс

*Научный руководитель – И.А. Кузнецова, ст. преподаватель, магистр э.н.
Полесский государственный университет*

Осуществляя экспортную деятельность, предприятие должно иметь четкие представления о целях экспорта, стратегии экспортной деятельности, требованиях внешнего рынка, своих возможностях и ресурсах в настоящее время и в перспективе, поведении конкурентов, иными словами, оно должно разрабатывать определенную экспортную политику.

Экспортная политика предприятия предполагает разработку стратегии и принципов деятельности предприятия на внешнем рынке, формирование экспортного ассортимента товара, а также определение темпов обновления экспортной продукции, цен уровня качества, гарантий и сервисного обслуживания. [1]

Важнейшей составляющей экспортной политики предприятия является формирование и управление экспортным ассортиментом товара. Основная задача заключается в том, чтобы экспортер своевременно предлагал определенную совокупность товаров, которые соответствуют профилю его производственной деятельности и наиболее полно удовлетворяют требованиям определенных категорий зарубежных покупателей.

Процедура организации экспортных операций может быть представлена шестью основными этапами или шагами.

Шаг 1. Проведение экспортной диагностики

Экспорт открывает перед предприятиями новые возможности, но также требует подготовленности и планирования. Эффективным инструментом реализации этого этапа является прохождение экспортной диагностики. Экспортная диагностика позволяет предприятиям протестировать их готовность к экспортным операциям на различных рынках и в различных

условиях. Диагностика проводится для исследования: предприятия, продукции/услуги, целей экспорта, стратегии выхода на зарубежный рынок, экспортной мотивации, ценовой стратегии, способа продвижения и наличия необходимого опыта.

Шаг 2. Актуализация знаний и консультирование

Организация экспортных операций может казаться чрезвычайно сложным процессом из-за отсутствия опыта и необходимой стратегической информации. Здесь необходимо научиться проводить внешнеэкономическую разведку и мониторинг, знать методологию проведения международного маркетингового анализа, разработать способ продвижения компании на международном рынке, обеспечить безопасность экспортных операций на любом этапе их прохождения, а также владеть иностранными языками.

Шаг 3. Разработка экспортного бизнес-плана

Разработка экспортного бизнес-плана необходима для определения настоящего статуса Вашей компании, ее целей и методов их достижения. Экспортный бизнес-план представляет собой процесс мониторинга фактов, выявления обязательств и установления стратегических целей и задач.

Шаг 4. Проведение международного маркетингового исследования

Международное маркетинговое исследование позволит узнать потенциал Вашей продукции/услуги на зарубежном рынке и найти свою нишу для нее. Проведение международного маркетингового анализа проходит этапы планирования исследования, а также сбора и анализа информации. Интернет-ресурсы становятся основным источником получения такой информации.

Шаг 5. Подключение к международным производственным цепям и нахождение потребителей продукции или услуг

Глобализация мирового хозяйства определила такое новое направление в международной торговле - как процедура подключения малых и средних предприятий к международным производственным цепочкам транснациональных корпораций. Подключение происходит на основе анализа развития промышленностей, расклада стадий производства в международном масштабе и бизнес-моделирования.

Шаг 6. Финансирование экспортных операций

Организация экспортных операций – это долгосрочный и емкий процесс, где объемы финансирования решают целесообразность их проведения. В процессе финансирования экспортных операций кроме собственных источников финансирования принимаются во внимание государственные программы по содействию развития экспорта, гранты, иностранное инвестирование, а также методы страхования неплатежей.[2]

В современных условиях можно выделить три основных способа проникновения на зарубежные рынки:

- Создание собственной сбытовой сети. При выборе этого способа проникновения на зарубежные рынки необходимо хорошо знать рынок, возможно, иметь там постоянных представителей, которые являются сотрудниками данной фирмы-экспортера, хорошо знают ее продукцию и т.д. Такой способ работы на зарубежных рынках оправдывает себя, если объемы реализации продукции достаточно велики, что позволяет окупать те затраты, которые необходимы на создание собственной сети сбыта. Преимущество такого способа работы состоит в том, что предприятие-экспортер имеет достаточно детальную информацию о рынке и может оперативно контролировать и управлять реализацией товара на этом рынке.

- Использование независимых торговых, сбытовых посредников. Целесообразность этого способа несомненна при внедрении на новые рынки, когда собственная система сбыта еще не создана, создание ее неэффективно или требует больших затрат. Особое значение имеет использование независимых посредников в случае, когда предприятие заинтересовано в обеспечении потребителя сопутствующими услугами, которые оно не в состоянии оказывать самостоятельно, тогда как сбытовые фирмы занимаются оказанием таких услуг.

- Производство продукции, создание товара полностью или частично в стране, на рынок которой стремится предприятие. Такой способ целесообразен, если данный рынок для фирмы чрезвычайно перспективен и производство товара на месте может дать ощутимые экономические выгоды, в том числе экономию на транспортных издержках, таможенных пошлинах, обхода нетарифных ограничений, а также экономию производственных затрат (стоимости сырья, энергии, заработной платы и др.). Производя товар в стране потребления, предприятие в значительной, степени повышает эффект от внешнеэкономической деятельности. [1]

Основными преимуществами экспортных операций являются:

- ✓ увеличение объема продаж;
- ✓ увеличение прибыли;
- ✓ снижение уязвимости путем диверсификации рынков сбыта;
- ✓ новые знания и опыт.

Организация экспорта – актуальная тема для Республики Беларусь, т.к. наша страна является экспорт ориентированным государством. От эффективно настроенного экспорта зависит деятельность не только предприятия, но и всей экономики Республики Беларусь. Увеличивая объемы экспорта и его эффективность, мы повышаем благосостояние народа.

Список использованных источников

1. Работа предприятия по выходу на внешний рынок – [Электронный ресурс] – Режим доступа - www.coolreferat.com
2. Модернизирай РФ – [Электронный ресурс] – Режим доступа –www.moderniziruj.ru