

МАТРИЧНЫЕ МОДЕЛИ АНАЛИЗА МИРОВОГО РЫНКА КАК ИНСТРУМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ СТРАТЕГИИ ГОСУДАРСТВА

В настоящее время трудно оспорить утверждение о важности экспорта для развития национальной экономики. Для успешного осуществления внешнеэкономической деятельности на уровне отдельного предприятия, отрасли или национальной экономики в целом важно решить задачи формирования товарного ассортимента и позиционирования товаров на мировом рынке.

Определение привлекательности зарубежных рынков традиционными методами зачастую затруднительно ввиду необходимости значительных материальных и временных затрат на сбор и анализ необходимой информации. У экспортёров может быть недостаточно средств для осуществления полномасштабного маркетингового исследования зарубежных рынков.

Выходом из данной ситуации является использование в процессе позиционирования товаров экспорта на мировом рынке методов матричного анализа.

Суть матричных моделей в следующем: для каждого из анализируемых рынков рассчитывается одинаковый набор показателей. Затем на основании этого набора определяется значение двух агрегированных показателей: привлекательности рынка и конкурентоспособности продукции на нём. Значения оценок для каждого рынка отображаются на графике (матрице), и, в зависимости от положения каждого рынка на графике, формируются конкретные стратегии.

При использовании матричных методов в управлении внешнеэкономической деятельностью в качестве сферы бизнеса рассматривается экспорт определённого товара на конкретном зарубежном рынке.

В качестве одного из возможных способов решения задач формирования товарного ассортимента и позиционирования национального экспорта с помощью матричных методов может быть предложен следующий.

Каждая из бизнес сфер на матрице в виде окружности с центром в точке с координатами, равными значениям роста импорта рынком заданного товара (по вертикальной оси) и динамики национального экспорта заданного товара на рынок (по горизонтальной оси). Диаметр окружностей пропорционален стоимостному объёму экспорта.

Затем на графике проводится прямая $y=a$, где a - темпы роста мирового импорта. Прямая разбивает график на рынки с низкими и высокими темпами роста относительно среднемировых.

Затем на графике проводится прямая $y=x$, через точки, в которых рост импорта региона равен росту национального экспорта. Доля на мировом рынке товаров, находящихся левее от этой линии, сократилась, доля товаров, находящихся правее, увеличилась.

В зависимости от положения каждой из сфер бизнеса на матрице можно оценить выгодность экспорта соответствующего товара на рассматриваемый рынок и дать стратегические рекомендации относительно данной сферы бизнеса.

Применение данной модели с целью формирования экспортного ассортимента Республики Беларусь позволило сделать следующие выводы.

Наиболее перспективными для экспорта являются такие товары, как верхняя женская одежда из химических волокон и льняные ткани. Рынки этих товаров являются наиболее привлекательными, а уровень конкурентоспособности на них белорусских экспортёров выше среднемирового. Для данных товаров может быть рекомендовано дальнейшее расширение экспорта.

Несмотря на невысокую привлекательность рынков хвойных лесоматериалов, фанеры, вискозы и шерстяной верхней женской одежды, конкурентоспособность белорусских товаров на этих рынках высока. Для экспорта данных товаров необходима изоляция от негативного влияния низкой привлекательности рынка и удержание достигнутых позиций за счёт высокой конкурентоспособности национального экспорта.

Привлекательность рынков таких товаров, как 6-гексанлантан и мебель, выше среднемирового уровня, но конкурентоспособность белорусского экспорта на них невысока. Для этих товаров можно рекомендовать либо стратегию повышения конкурентоспособности товара (для экспорта мебели), либо уход с рынка (для 6-гексанлантана).

Для таких товаров, как полиэфирные волокна и азотные удобрения привлекательность рынков и конкурентоспособность белорусского экспорта на них ниже среднемирового уровня, и для них следует рассмотреть возможность ухода с рынка.

Товары, занимающие ведущее положение в белорусском экспорте - наибольшие размеры окружностей на графике, (трактора и калийные удобрения) находятся в нейтральном положении и могут переместиться в любую из частей графика. Наиболее желательным было бы их перемещение вправо, то есть повышение их конкурентоспособности.

По сравнению с традиционными полномасштабными методами исследования зарубежных рынков, главным достоинством матричных моделей является то, что вычисление показателей ведётся только на основе внешнеторговой статистики.

Это означает, что модели можно применять для любых товаров и рынков, достаточно лишь изменить статистические данные. Таким образом, использование матричных моделей позволяет производить анализ с минимальными затратами времени и средств.

Полученные результаты могут быть использованы в работе предприятий-экспортёров Республики Беларусь (для выбора целевых рынков и оптимизации географической структуры экспорта), результаты исследования могут быть использованы органами государственного управления Республики Беларусь при разработке внешнеторговой политики.

Е.В. Демченко
БГЭУ (Минск)

УПРАВЛЕНИЕ РИСКАМИ В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Под экономическим риском понимается непредсказуемость результатов реализации управленческого решения, принятого в условиях неопределенности с учетом как экономических, так и политических, социальных, нравственных, психологических последствий.

Неопределенность, присутствующая при обосновании маркетинговых решений, предопределяет степень риска, с которым принимается это решение. Управление рис-