

Н.А. Скворцова, А.А. Парушин

ОПТИМИЗАЦИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКСПОРТНОГО КАНАЛА СБЫТА НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МЕЖДУНАРОДНОЙ ИНФОРМАЦИОННОЙ B2B ПОИСКОВОЙ СИСТЕМЫ «KOMPASS»

В условиях вступления России во Всемирную торговую организацию для отечественных предприятий открываются широкие возможности для поиска новых каналов сбыта произведенной продукции на мировом рынке. С целью минимизации издержек, связанных с сотрудничеством с компаниями-посредниками, российские малые и средние предприятия выбирают стратегию самостоятельного поиска потенциальных партнеров. Чтобы облегчить этот процесс, создана международная информационная B2B поисковая система «Kompass», которая позволяет выбрать компании на мировом рынке, соответствующие целям предприятия. Данные этого ресурса позволяют оценить финансовую устойчивость и платежеспособность будущего покупателя с целью максимальной оптимизации построения канала сбыта продукции на экспорт.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность, канал сбыта, мировой рынок, лесная промышленность, оптимизация, оценка, модель, платежеспособность, автономия, финансовая устойчивость, поисковая система «Kompass», b2b система.

Тенденции развития экспортных отношений российских предприятий характеризуются предпочтением последних использовать посредников для формирования канала сбыта произведенной продукции на мировой рынок. Однако использование услуг посредников во внешнеэкономической деятельности дорого и нерентабельно для малых и средних предприятий. Поэтому все чаще руководство российских компаний самостоятельно организуют экспортные каналы сбыта.

По мнению Н.А. Гранкиной и Е.В. Попова, в экспортных каналах сбыта различают три вида экономических структур:

1. Конвенциональная структура (экспорт без контрактных отношений);
2. Административная структура (экспорт через систему неформальных контрактов);
3. Контрактная структура (экспорт на основе формальных контрактов).

При разных структурах канала предприятие-производитель и экспортный посредник в различной степени координируют свои действия для достижения эффективности экспорта. В зависимости от степени координации меняется и оценка производителем своего сбытового посредника. Из-за низкой степени координации и постоянных пересмотров взаимоотношений при конвенциональной структуре производители оценивают своих посредников наименее благоприятно, и зависимость от посредников минимальна. Наоборот, при централизованной координации экспортных операций, связанной с контрактной структурой канала, посредники оцениваются производителями наиболее благоприятно, и зависимость от экспортных посредников наиболее высокая [1].

При конвенциональной структуре экспортного канала сбыта становится актуальной проблема самостоятельного поиска партнера по экспорту на мировом рынке и оценка его надежности, которая основывается на следующих процедурах:

- оценка масштабов присутствия фирмы на мировом рынке;
- оценка деловой репутации;
- оценка финансового положения будущего партнера.

Степень важности каждой процедуры определяется руководством компании, лицами, ответственными за сбыт продукции, маркетинг, экспорт товаров.

Проведенное исследование позволило определить приоритетные критерии, которыми руководствуются потенциальные производители и коммерческие специалисты при принятии решения по поиску иностранного партнера и формировании экспортного канала. Результаты исследования обобщены в таблице 1.

Таблица 1- Результаты исследования приоритетов респондентов при организации экспортного канала сбыта

№ п / п	Критерий	Корпоративный сектор[6]		Потенциальные специалисты по продвижению		Средняя доля, %
		Число респондентов	Доля, %	Число респондентов	Доля, %	
1	Финансовая устойчивость	62	46,97	18	40,91	43,83
2	Известность компании на рынке	55	41,67	20	45,45	43,54
3	Страна импортера	6	4,55	4	9,09	6,43
4	Не имеет значение. Главное – прибыль	5	3,79	2	4,55	4,13
5	Другое	4	3,02	0	0	2,07
ИТОГО:		132	100	44	100	100

Как показывает таблица, основными критериями, которыми руководствуются респонденты при поиске иностранного покупателя, являются финансовая устойчивость и известность компании на рынке. Крупные иностранные компании публикуют на официальных сайтах результаты финансово-хозяйственной деятельности или краткий анализ, убеждающий в стабильности и отсутствии рисков в сотрудничестве с ними. Однако в России на практике предприятия скрывают отчетность. На наш взгляд, публикация официальных итогов деятельности предприятия – это гарант успешности сотрудничества с потенциальными контрагентами.

Специфика налаживания экспортного канала сбыта заключается в отсутствии среди критериев оценки расходов на покупку товара или услуги, страхование груза, перевозку и на уплату таможенных платежей. Корпоративная

практика показывает, что эти расходы в большинстве случаев принимает на себя покупатель, а не поставщик (если условиями договора не предусмотрено обратное). В связи с этим возникает вопрос о необходимости какой-либо оценки покупателя. Однако, на наш взгляд, крайне необходимо убедиться в надежности и платежеспособности покупателя, иначе поставленные товары могут быть не оплачены, и компания-экспортер понесет убытки от реализации экспорта.

В отсутствии информированности малого и среднего бизнеса о возможностях мирового рынка и потенциальных экспортерах произведенной продукции возникает необходимость в информационном ресурсе, который содержит информацию о компании, ее сфере деятельности, финансовом развитии и контактных лицах. Таким ресурсом является международная информационная B2B поисковая система «Kompass».

B2B (англ. Business to Business, буквально бизнес для бизнеса) — термин, определяющий вид информационного и экономического взаимодействия, классифицированного по типу взаимодействующих субъектов, в данном случае — это юридические лица. Этот сектор рынка работает не на конечного, рядового потребителя, а на такие же компании, то есть на другой бизнес.

Рассмотрим организацию поиска иностранного импортера и формирование экспортного канала сбыта с использованием международной информационной B2B поисковой системы «Kompass» на примере ОАО «Соломбальский лесопильно-деревообрабатывающий комбинат».

ОАО «Соломбальский лесопильно-деревообрабатывающий комбинат» (далее Соломбальский ЛДК) - один из крупнейших производителей пиломатериалов на Европейском Севере. Комбинат работает с 1931 г. и вносит ощутимый вклад в экономику региона. Основное направление деятельности - выпуск экспортных пиломатериалов. Мощности предприятия по распилу сырья составляют более 700 тысяч кубометров в год. Доля Соломбальского ЛДК на рынке среди производителей пиломатериалов Архангельской области - около 14%. Пиломатериалы хвойных пород северной сортировки, поставляемые для экспорта, вырабатываются обрезными, толщиной от 19 до 75 мм, шириной от 75 до 225 мм, длиной до 6,0 м. Породы – ель, сосна. Экспортные пиломатериалы отличается особенно качественная распиловка, сортировка, камерная сушка до влажности 22% (при необходимости – до 10-12%). Формирование, хранение, отгрузка осуществляется транспортными пакетами в пластиковой упаковке.

Одним из новых направлений экспорта продукции комбината может стать французский рынок. В связи с этим используем фильтр компаний, зарегистрированных в системе «Kompass». В качестве критериев фильтрации выбраны три основания: французские предприятия; предприятия, импортирующие товары; предприятия, занимающиеся оптовой торговлей древесиной и производными продуктами.

В совокупности оснований фильтрации выбраны 4 предприятия. Данные, предоставленные поисковой системой «Kompass», представлены в таблице 2.

Таблица 2 - Результаты фильтрации списка предприятий по критериям «Французские предприятия, импортирующие продукцию для дальнейшей оптовой торговли древесиной и производными продуктами», выполненной международной информационной B2B поисковой системы «Kompass»

	Название	Регион	Город	Форма собственности	Сфера деятельности	Число работников	Выручка, 2011	Рент-сть, 2010	Капитал, евро	Патенты	Рынок	Основные производства
1	ETABLISSEMENT CHARRETIER SAS	Овернь	Аллегри	АО упрощенного типа	Пиление и строгание древесины	19	4,77 млн	21,72%	162000	Лесопил, сушка, строгание, обработка древесины	<i>Экспорт</i> Испания <i>Импорт</i> Россия	Фасонное пиление древесины
2	PBM Import	Бретань	Пас	Полное товарищество	Оптовая торговля древесиной и производными продуктами, строительными товарами	530	501 млн.	23,28%	7590990	Импорт деревянных несущих конструкций, плотнических работ, деревянные костяки. Производство покрытий, панельной обшивки и др.	<i>Экспорт</i> Западная Европа <i>Импорт</i> Дания, Финляндия, Норвегия, Россия, Швеция	Дерево для промышленных целей, деревянные продукты, распил, сушка дерева
3	MB Bois	Овернь	Роят	Акционерная компания с ограниченной ответственностью		2	3 млн	43,36%	7500	Торговля распиленной древесиной	<i>Экспорт</i> Алжир, Испания <i>Импорт</i> Эстония, Литва, Латвия, Румыния, Россия, Украина	Лесоматериалы для промышленных целей
4	Ets Pierre Henry et Fils	Рона-Альпы	Сент-Илер-дю-Розье	АО упрощенного типа		27	58 млн	15,94%	1000000	Торговля древесиной	<i>Импорт</i> Канада, Россия	Торговля древесиной, продажа журналов

Использование поисковика «Kompass» позволяет не только найти партнера на мировом рынке, но и оценить его финансовую устойчивость для дальнейшего принятия решения о формировании экспортного канала сбыта произведенной продукции наиболее эффективным образом.

Метод оптимизации формирования экспортного канала сбыта заключается в минимизации рисков, связанных с неплатежеспособностью покупателя и его финансовой нестабильностью. Исходя из данных, предоставленных поисковой системой «Kompass», данный метод основывается на оценке semifакторной модели. Математически модель задается формулой 1:

$$\sum_{i=1}^7 x_i = \sum_{i=1}^7 x_i \rightarrow \max \quad (1)$$

где X_{1-7} – это показатели, представленные в таблице 3, в баллах.

Условия качественной работы этой формулы состоят в оценке достигнутого предприятием в отчетном году значения каждого показателя с нормативным или рекомендуемым. Семь моделиобразующих факторов рассчитываются в разных единицах измерения, поэтому необходимо привести показатели к сопоставимому виду. Для этого разработана шкала перевода достигнутого значения показателя в баллы. Система присвоения баллов представлена в таблице 3.

Таблица 3 - Аналитическая модель присвоения баллов для выбора наиболее оптимального партнера для сбыта экспортной продукции

Код	Показатель в отчетном году	Ед. изм.	1 балл	2 балла	3 балла
x_1	Прирост валюты баланса	%	Менее уровня инфляции	Уровень инфляции + 10	Уровень инфляции + более 10
x_2	Прирост выручки	%	Менее уровня инфляции	Уровень инфляции + 10	Уровень инфляции + более 10
x_3	Прирост чистой прибыли	%	Менее уровня инфляции	Уровень инфляции + 10	Уровень инфляции + более 10
x_4	Коэффициент финансового рычага	Ед.	Более 1	От 0,8 до 1	Менее 0,8
x_5	Коэффициент автономии	Ед.	Менее 0,5	От 0,5 до 1	Более 1
x_6	Коэффициент общей платежеспособности	Ед.	Менее 1	От 1 до 2	Более 2
x_7	Общая рентабельность	%	До 7	От 7 до 30	Более 30

Интервалы критерия «Общая рентабельность» различаются для отраслей экономики, в рамках которых функционируют предприятия. В данном случае использовался средний уровень рентабельности предприятий в России в Лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной отрасли, который в

2011г. находился на уровне 7% [4]. Произведем расчет в соответствии с таблицей 3 для того, чтобы выбрать из списка найденных компаний наиболее финансово устойчивую. Инфляция во Франции в 2011 г. составила 2,5% [2].

Таблица 4 -Оценка потенциальных партнеров по экспорту произведенной продукции в соответствии с предложенной методикой

Код	Показатель	Потенциальные партнеру по экспорту							
		ETABLISSEMENTCHAR-RETIER SAS		PBMImport		MBBois		Ets Pierre Henry et Fils	
		Отчет-ный год	Балл	Отчет-ный год	Балл	Отчет-ный год	Балл	Отчет-ный год	Балл
x ₁	Прирост валюты баланса	+33%	3	-45%	1	+216%	3	-193%	1
x ₂	Прирост выручки	-100%	1	+71%	3	+12%	2	+12%	2
x ₃	Прирост чистой прибыли	-1700%	1	+143%	3	-229%	1	-155%	1
x ₄	Коэффициент финансового рычага	0,26ед.	3	2,05 ед.	1	0,59 ед.	3	0,62 ед.	3
x ₅	Коэффициент автономии	0,68 ед.	2	0,46 ед.	1	0,34 ед.	1	0,85 ед.	2
x ₆	Коэффициент общей платежеспособности	0,01ед.	1	0,89 ед.	1	0,31 ед.	1	0,23 ед.	1
x ₇	Общая рентабельность	21,72%	2	23,28%	2	43,36%	3	15,94%	2
ИТОГО БАЛЛОВ		13		12		14		12	

Таким образом, наименьшие риски, связанные с неплатежеспособностью и финансовой неустойчивостью импортера, ОАО «Соломбальский ЛДК» будет нести при сотрудничестве с французской компанией MB Bois.

Вышеописанный способ поможет исключить субъективный фактор в процессе поиска иностранного партнера и формирования экспортного канала сбыта. При этом анализируется финансовая устойчивость и платежеспособность будущего покупателя, а значит, минимизируются риски неуплаты за поставленный экспортный канал.

Список литературы:

1. Гранкина, Н.А. Оценка деятельности посредника при экспорте продукции предприятия [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://referent.mubint.ru/security/8/2498/1>. Дата обращения: 01.02.2013
2. Инфляция во Франции в декабре составила 2,5% в годовом исчислении. РИА-новости [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://ria.ru/economy/>.html Дата обращения: 01.02.2013
3. Официальный сайт Международной информационной b2b поисковой системы «Kompass» [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://ru.kompass.com/en> Дата обращения: 01.02.2013.
4. Рентабельность отраслей экономики РФ. Интернет против телеэкрана. Информационно-аналитическое издание [Электронный ресурс]. - Режим доступа:

<http://www.contrtv.ru/common>. Дата обращения: 01.02.2013

5. Теория и практика анализа финансовой отчетности организаций [Текст]: учебное пособие / Н.В. Парушина, И.В. Бутенко, О.В. Губина и др., под ред. д.э.н. Н.В. Парушиной. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2010. – 432 с.

6. Чем Вы руководствуетесь при выборе поставщика? [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://deko-line.ru/chem_vy_rukovodstvuetes_pri_vybore_postavwika1/ Дата обращения: 01.02.2013

Скворцова Наталия Александровна

*к.э.н., доцент кафедры маркетинга и торгового дела
Орловского государственного института экономики и торговли
e-mail: skv-09@mail.ru*

Парушин Алексей Андреевич

*студент 4 курса финансово-экономического факультета
Орловского государственного института экономики и торговли
E-mail: graziani@rambler.ru*