



Министерство сельского хозяйства
Российской Федерации



АГРОЭКСПОРТ



МГИМО
УНИВЕРСИТЕТ

приоритет2030⁺
Лидерами становятся

Краткая версия

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛЕВЫХ РЫНКОВ И ИХ ИЗУЧЕНИЕ

If you're targeting everyone, you're targeting no one

Сампат Лиянаге

Директор по экспортным
продажам,
Компания «МАЙ»

Алеся Ефремова

заместитель начальника
Управления исследований
и разработки проектов ВЭД,
«Агроэкспорт»



Ключевой вопрос

- как понять, куда экспортировать?



Теоретическая часть

- понятие целевого рынка сбыта. Специфика АПК
- типовые структуры исследования рынков. Критерии принятия решения о выходе на рынок
- источники информации
- аналитические продукты Федерального центра «Агроэкспорт»



Практическая часть

- опыт компании «МАЙ» по определению ключевых рынков сбыта

Важным условием при исследовании рынков сбыта продукции АПК является проведение комплексного анализа различных показателей



КАРТА ДЕЙСТВИЙ ЭКСПОРТЕРА



Полезные источники информации для проведения кабинетных исследований рынков сбыта

1 ITC Trade Map	Детальная и оперативная внешнеторговая статистика стран мира с 2001 г., таможенные пошлины, данные по компаниям, тендеры, стандарты и пр.
2 UN Comtrade	База данных внешнеторговой статистики стран мира на уровне 6 знаков ГС и по СМТК с 1960-х гг.
3 World Bank	Всемирный банк предоставляет свободный и открытый доступ к данным о развитии в странах по всему миру. Обширный набор экономических, социальных и экологических показателей, основанных на данных Всемирного банка и более 30 учреждений-партнеров. База данных включает более 900 показателей по 210 странам за период с 1960 г.
4 FAO	ФАОСТАТ предоставляет бесплатный доступ к собранным с 1961 г. до предыдущего года данным более 245 стран и территорий в области продовольствия и сельского хозяйства, которые охватывают все региональные группы ФАО.
5 USDA	Базы данных Министерства сельского хозяйства США предоставляющие информацию о различных показателя рынка, таких как производство, внешняя торговля, распределение ресурсов и т.д. Формирование и обновление показателей происходит на основе данных, полученных от атташе по сельскому хозяйству и аналитиков ФАС, работающих в посольствах США по всему миру.
6 WTO	Базы данных ВТО предоставляют информацию по вопросам экономической и торговой политики. Базы данных обеспечивают доступ к информации о торговых потоках, тарифах и нетарифных мерах.



Система знаний и компетенций в области ВЭД

Экспортные гиды

Справочники, разработанные в формате «продукт-страна» для наиболее перспективных рынков и продуктовых групп, содержащие всю необходимую информацию для начала или развития экспорта российского продовольствия



Отраслевые обзоры

Обзор содержит актуальную и постоянно обновляемую информацию о мировой конъюнктуре цен, динамике и прогнозах экспортных потоков, а также основные фундаментальные показатели рынка



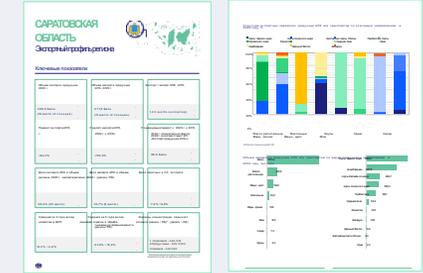
Концепции продвижения

Стратегический документ, определяющий наиболее перспективную модель развития экспорта отдельных продуктовых групп на приоритетные рынки. Включает в себя маркетинговую и коммуникационную стратегию



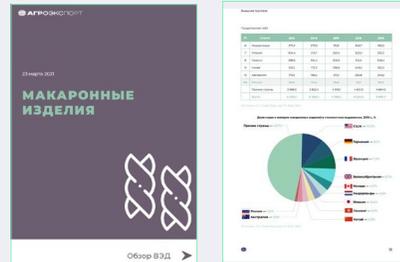
Региональные обзоры

Оценка экспортного потенциала регионов России



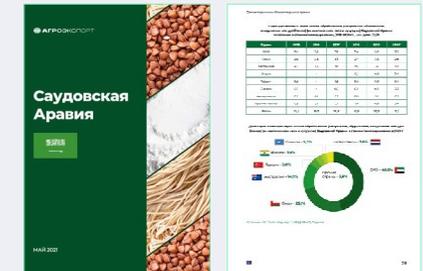
Обзоры ВЭД

Источник аналитических данных о зарубежных рынках аграрной продукции



Индивидуальные консалтинговые услуги

Аналитические проекты по индивидуальным запросам



Крупнейшим мировыми импортерами продукции АПК являются страны Европы и Азиатско-Тихоокеанского региона, на долю которых в 2021 г. пришлось 43,1% и 30,5% мирового импорта продукции АПК соответственно

Северная Америка

Объемы импорта АПК: **271,2 млрд \$**

Импортируемые продукты:

- Продукция ПППП – 82,4 млрд \$;
- Рыба и морепродукты – 33,5 млрд \$;
- Мясная и молочная продукция – 23,2 млрд \$;
- Продукция масложировой отрасли – 9,6 млрд \$;
- Зерновые – 9,0 млрд \$.

Европа

Объемы импорта АПК: **756,5 млрд \$**

Импортируемые продукты:

- Продукция ПППП – 214,5 млрд \$;
- Мясная и молочная продукция – 100,3 млрд \$;
- Рыба и морепродукты – 65,2 млрд \$;
- Продукция масложировой отрасли – 37,9 млрд \$;
- Зерновые – 29,1 млрд \$.

Азиатско-Тихоокеанский регион

Объемы импорта АПК: **535,8 млрд \$**

Импортируемые продукты:

- Продукция ПППП – 107,3 млрд \$;
- Мясная и молочная продукция – 85,7 млрд \$;
- Зерновые – 56,7 млрд \$;
- Рыба и морепродукты – 49,6 млрд \$;
- Продукция масложировой отрасли – 30,4 млрд \$.

Южная Америка

Объемы импорта АПК: **54,4 млрд \$**

Импортируемые продукты:

- Продукция ПППП – 11,5 млрд \$;
- Зерновые – 10,6 млрд \$;
- Продукция масложировой отрасли – 6,3 млрд \$;
- Мясная и молочная продукция – 5,6 млрд \$;
- Рыба и морепродукты – 2,8 млрд \$.

Ближний Восток и Африка

Объемы импорта АПК: **137,3 млрд \$**

Импортируемые продукты:

- Зерновые – 31,4 млрд \$;
- Продукция ПППП – 30,6 млрд \$;
- Мясная и молочная продукция – 18,2 млрд \$;
- Продукция масложировой отрасли – 11,0 млрд \$;
- Рыба и морепродукты – 4,1 млрд \$.



ОБЗОР ЭКСПОРТНЫХ РЫНКОВ

Очертить круг амбиций компании!

Ближнее Зарубежье (СНГ, ЕАЭС)

Дальнее Зарубежье:

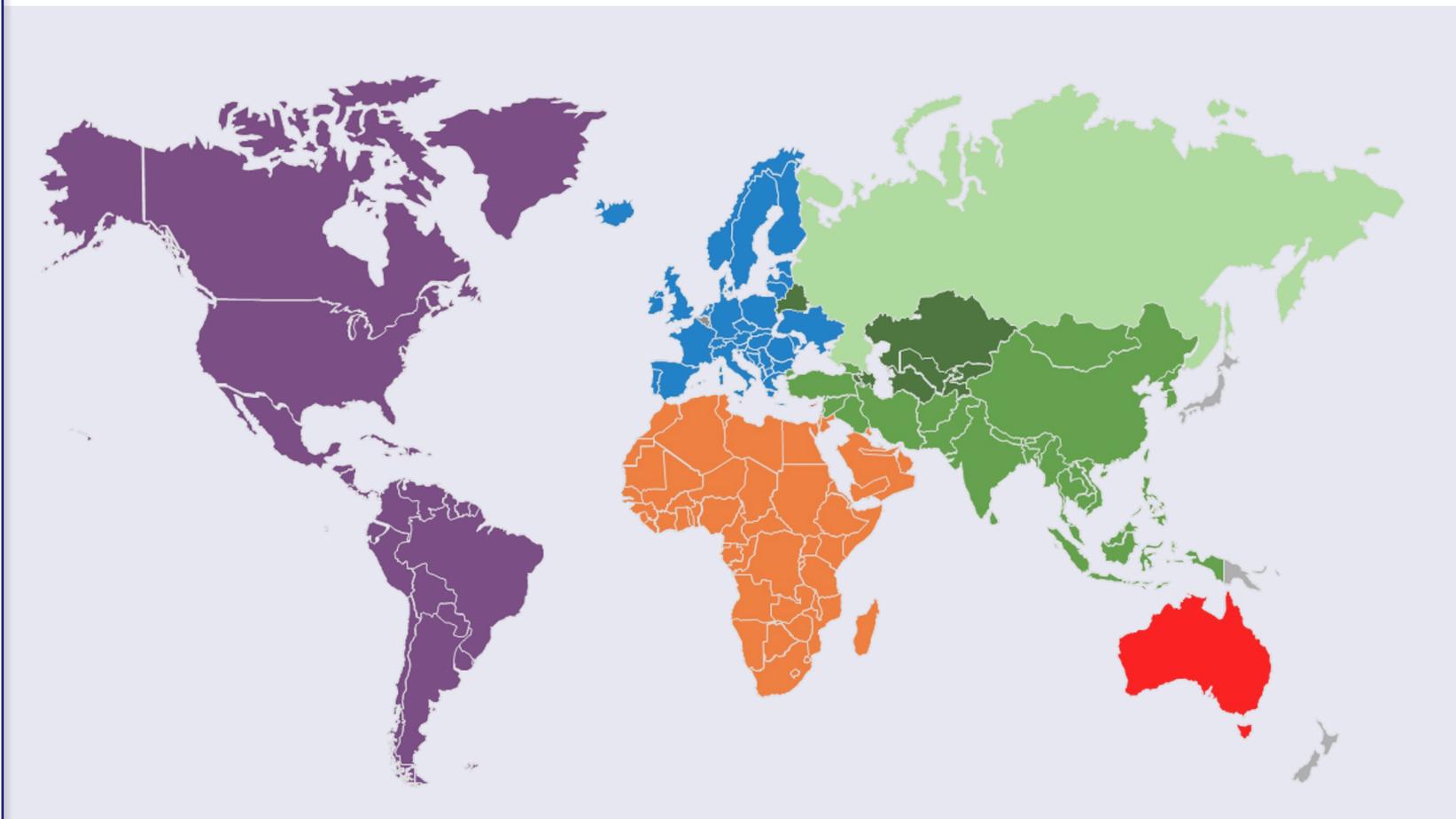
Китай Ближний Восток Азия

Африка Европа Австралия

Северная Америка Южная Америка

Экспортерам в первую очередь рекомендуем обратить внимание на страны Ближнего Зарубежья: СНГ и ЕАЭС (комфортные условия торговли, поддержка на государственном уровне).

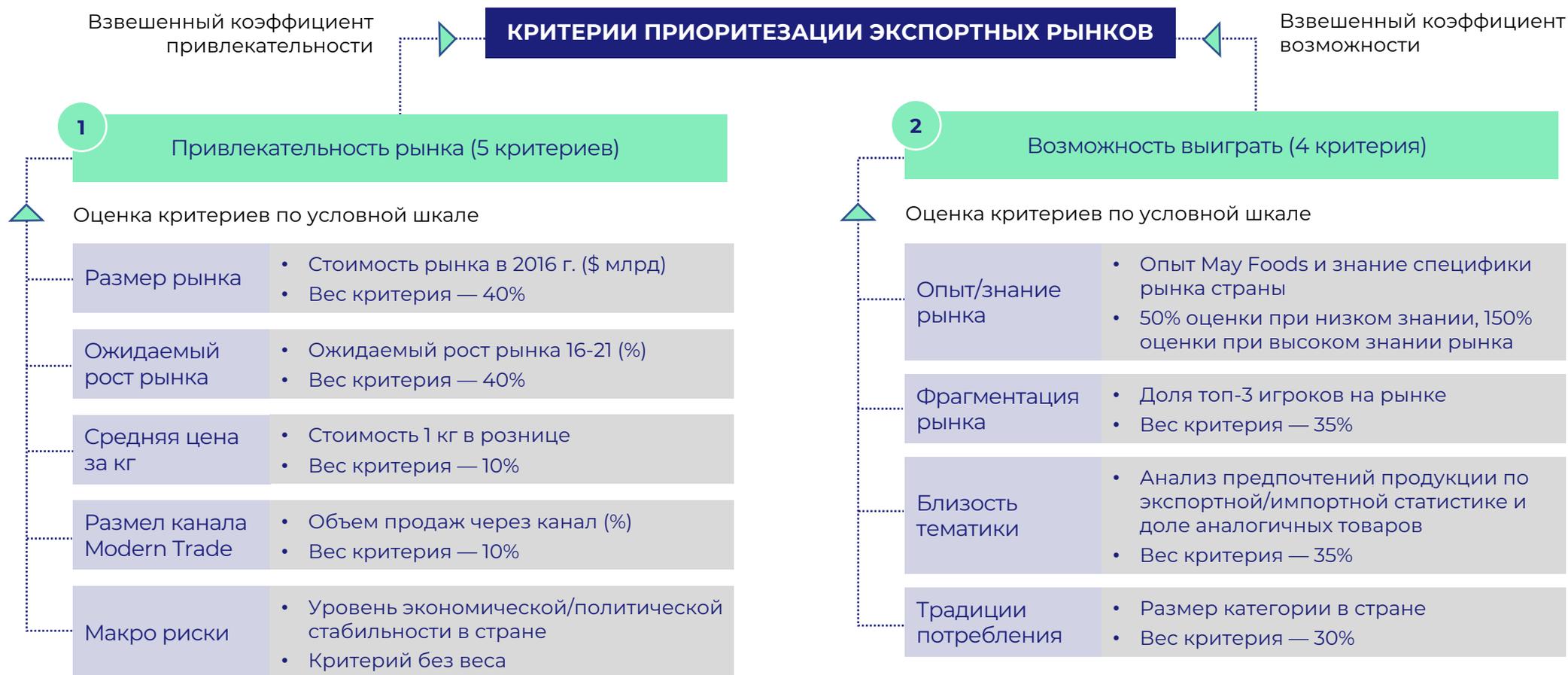
Страны Дальнего Зарубежья позволяют существенно расширить круг амбиций и возможностей любой компаний, но, как правило, предполагают более глубокий уровень инвестиций и высокую долю экономико-политических рисков.



МЕТОДОЛОГИЯ ВЫБОРА ПРИОРИТЕТНЫХ РЫНКОВ

Приоритетные международные рынки отбираются по двум основным параметрам:

привлекательность (по 5-ти критериям) и **возможность выиграть** (по 4-м критериям)



КАКИЕ ЕЩЕ ДАННЫЕ ИСПОЛЬЗУЮТСЯ ДЛЯ АНАЛИЗА РЫНКОВ?

	Ожидаемый рост рынка
	Уровень стабильности
	Ключевые каналы дистрибуции (доля каналов)
	Топ-игроки рынка, их доля
	Предпочтения покупателей
	Наличие торговых барьеров
	Сложность логистики
	Финансово-политические и иные риски
	Оценка собственных возможностей

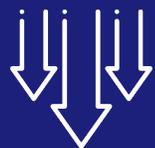


ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРИОРИТЕТНЫХ ДЛЯ КОМПАНИИ РЫНКОВ

- Результатом анализа экспортных стран будет выбор приоритетных для компании рынков, соответствующих **бизнес амбициям** и **возможностям** компании
- Если бизнес амбиции и возможности компании позволяют — рекомендуется проведение **маркетингового исследования** потребительского поведения и потребительских предпочтений выбранных целевых рынков. На основании исследования провести **сегментирование, таргетирование и позиционирование** (segmenting, targeting, and positioning)



ПОЧЕМУ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОВОДЯТСЯ ВЫБОРОЧНО?



Низкий потенциал рынка



Не планируем качественную дистрибуцию и **адаптацию брендов под ЦА**



Не позволяет прибыльность (P&L) проекта. **Исследования стоят не дешево!**

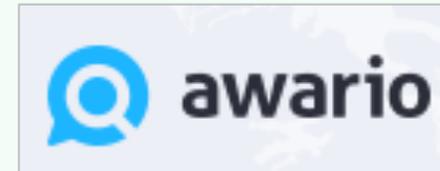
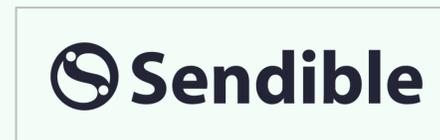
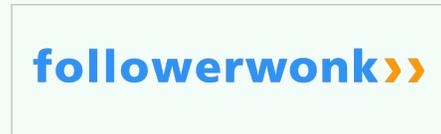
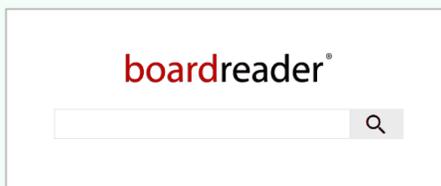


Разведка – боем!
Нет времени для исследования (исследование — это долго!)



АЛЬТЕРНАТИВЫ — ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Social media monitoring, social media listening



<https://www.brandwatch.com/blog/top-social-media-monitoring-tools/>

ПОИСК ПАРТНЕРОВ НА ВЫБРАННЫХ РЫНКАХ

ИСТОЧНИКИ ПОИСКА ПАРТНЕРОВ НА НОВЫХ РЫНКАХ:



Участие в выставках



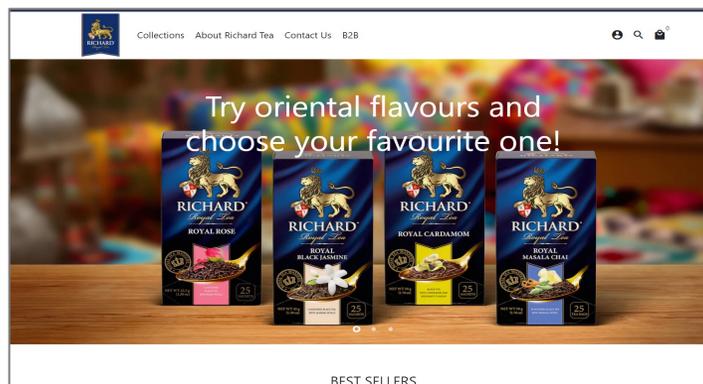
Участие в бизнес-миссиях, отраслевых форумах



«Записная книжка» команды



Вход через русскую диаспору (русский бизнес за рубежом)



Вход через канал ECOM



Горизонтальные связи текущих партнеров (рекомендация текущих партнеров на рынках других стран)

Контакты

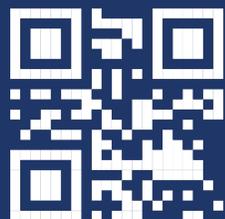


+7 (495) 280-74-49

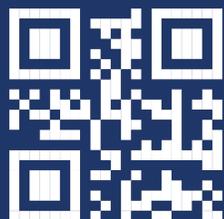


info@aemcx.ru

Социальные медиа



aemcx.ru



t.me/mcxae



vk.com/aemcx



zen.yandex.ru/aemcx



rutube.ru/channel/24261638