

# Narzędzia identyfikacji rynków eksportowych



ŁUKASZ SAREK

Potencjał nowych rynków w Afryce i Azji będzie rósł. Rozwój, a nierzadko przetrwanie wielu firm, zależne jest od wzrostu sprzedaży zagranicznej. W wielu firmach na osoby zarządzające eksportem jest wywierana coraz większa presja na znalezienie nowych partnerów i zwiększenie zysków.

Rynki eksportowe nieustannie się zmieniają i w najbliższych latach można się spodziewać, że dynamika tych zmian będzie znacznie wyższa niż dotychczas. Tarcia polityczne i gospodarcze między USA i Chinami nie słabną, epidemia koronawirusa wciąż odciska swoje piętno na sytuacji gospodarczej poszczególnych państw, a co za tym idzie, spada zdolność nabywcza firm i konsumentów.

## **Identyfikacja rynków podstawą działań proaktywnych**

Wyjazd na targi międzynarodowe może być niewystarczające do pozyskania nowych klientów. Konieczne mogą okazać się działania proaktywne, takie jak:

- uruchomienie strony firmowej w nowych wersjach językowych i z zawartością dostosowaną do potrzeb konkretnych rynków,
- uczestnictwo w regionalnych lub krajowych imprezach targowych,
- nawiązanie kontaktów z placówkami organizacji wspierających eksport, jak np. PAIH zlokalizowanych w już konkretnych krajach,
- przystosowanie oferty produktowej dostosowanej do lokalnych odbiorców,
- wejście z ofertą na lokalne platformy B2B i B2C.

Proaktywne podejście do eksportu wymaga zainwestowania określonych środków w konkretny rynek lub grupę rynków i powinno być poprzedzone pogłębioną analizą potencjału konkretnych produktów oferowanych przez firmę.

Pierwszym krokiem menedżera zajmującego się eksportem powinna być więc wstępna identyfikacja potencjalnie atrakcyjnych rynków, dla których warto przeprowadzić już bardziej czasochłonne i wymagające kosztów pogłębione analizy i badania rynkowe.

Osoby zarządzające eksportem w MŚP bardzo rzadko mogą sobie pozwolić na luksus przeprowadzania głębokich i wszechstronnych analiz długiej listy potencjalnych rynków. Często też zarząd małej firmy nie jest skłonny do zlecenia usługi wyspecjalizowanej firmie analitycznej, która na podstawie własnego doboru danych i metod wskaże kilka najbardziej wartościowych rynków do przeprowadzenia dalszych pogłębionych analiz. Specjaliści od eksportu zazwyczaj muszą sami dokonać wstępnej identyfikacji i sporządzenia krótkiej listy.

## **Podążanie za liderami i dane historyczne**

We wstępnym wyborze nowych rynków można stosować wiele metod opierających się na różnych danych i ich kombinacji. Jak już kilkakrotnie pisałem na łamach Gazety MSP,



polscy eksporterzy mają mniejsze niż zachodni konkurenci czy największe polskie firmy, możliwości wchodzenia na nowe rynki, inwestowania środków w ich „otwieranie”, wprowadzania i promowania na tych rynkach mało znanych grup produktowych.

Dlatego też polskie firmy często podążają za międzynarodowymi korporacjami, konkurując z nimi większą elastycznością produkcji, niższą ceną, lepszym dopasowaniem produktu do potrzeb klienta itp. Z tego powodu warto wykorzystać analizę danych historycznych jako jedną z podstawowych metod identyfikacji nowych rynków zbytu.

## Kiedy korzystać z GUS

Jeśli przedsiębiorstwo **zna dobrze swoich polskich konkurentów**, którzy już operują na rynkach zagranicznych i wie, że jego oferta może być atrakcyjniejsza dla zagranicznego odbiorcy, ma gotową odpowiedź, na którym rynku warto zaistnieć.

mocniczo z wyszukiwarki w ISZTAR. Jeśli natomiast strategią jest podążanie za zagranicznymi firmami i szybkie selekcjonowanie z szerokiej listy potencjalnych rynków tych, które mają np. wysoką wartość importu, wysoki przyrost importu, wysoki potencjał wzrostu lub tych, na które już eksportują konkurenci z konkretnych państw, może skorzystać z narzędzi dostarczanych przez organizację międzynarodowe lub firmy analityczne.

## UN Comtrade Database

Bardzo wiele baz z danymi dla eksporterów korzysta z danych zgromadzonych w bazie UN Comtrade. Część wykorzystuje surowe dane Comtrade, ułatwiając tylko ich wykorzystanie przez odpowiedni dostosowany interfejs. Część ośrodków analitycznych dokonuje „oczyszczenia” danych i ograniczenia wpływu na wielkość eksportu takich czynników jak podwójny eksport, reeksport, koszty transportu i ubezpieczeń itp.

Jeśli nie wie, gdzie kierowany jest eksport w jego branży, może skorzystać z danych Głównego Urzędu Statystycznego (GUS). Jednym ze sposobów, dość wygodnym i szybkim, jest dostęp do Działu Handel Międzynarodowy przez Działowe Bazy Wiedzy <http://swaid.stat.gov.pl/SitePagesDBW/HandelZagraniczny.aspx>. Po wybraniu „Obroty towarowe”, a następnie „Obroty towarów w podziale na kraje” otwiera się arkusz, w którym po dobraniu odpowiednich parametrów można uzyskać informacje do jakich państw, w jakiej wielkości i dynamice był kierowany polski eksport w określonej grupie produktowej. Klasyfikacja produktów opiera się na 8-cyfrowej Nomenklaturze Scalonej CN, która bazuje na 6-cyfrowym Zharmonizowanym Systemie Oznaczania i Kodowania Towarów (HS) z dostępem do danych na poziomie 10 cyfr w klasyfikacji na potrzeby celne. Przy braku znajomości konkretnego kodu można skorzystać po-

Baza UN Comtrade jest dostępna pod adresem <https://comtrade.un.org/data>. Dane można pobrać za pomocą czytelnego i prostego interfejsu. Zaletą jest szeroka baza państw i szybka komunikacja z bazą. Wadą jest ograniczenie identyfikacji do maksymalnie 20 produktów i do 6 cyfr HS oraz brak możliwości dostosowania formatu układu danych w dostępie podstawowym. Wszystkie istotne dla menedżera eksportu dane takie jak dynamika i wartość zmian, udział w rynku światowym itp. trzeba obliczyć samodzielnie. Baza polecana dla szybkiego sprawdzenia równocześnie do 20 produktów dla kilkudziesięciu państw (po 5 państw w serii).

Dane w bazie Comtrade pochodzą z raportów przekazywanych przez członków organizacji, dlatego aktualizacja danych jest często opóźniona, jeśli państwa zwlekają z dostarczeniem danych. Wygodniejszym rozwiązaniem jest korzystanie z wizualizacji danych <https://comtrade.un.org/labs/>

[data-explorer/](#) pod warunkiem, że wystarczające są dane na poziomie 3 cyfr kodu HS.

## ABRAMS World Trade wiki

Baza dostępna jest na stronie <https://en.abrams.wiki/>. Rejestracja jest bezpłatna i umożliwia dostęp do podstawowych danych, bardziej szczegółowe dane i usługi dodatkowe są dostępne dla subskrybentów. Dane dotyczące handlu międzynarodowego są umieszczone w zakładce Market Intelligence. W pasku wyszukiwania /produktów wystarczy wpisać **6 cyfr z kodu HS**, żeby uzyskać dostęp do informacji o eksporcie i imporcie danego produktu w **185 państwach i regionach**.

Dane roczne dla większości państw pochodzą z raportów dostarczanych przez poszczególne państwa do bazy Comtrade oraz z innych źródeł wyselekcjonowanych przez anality-

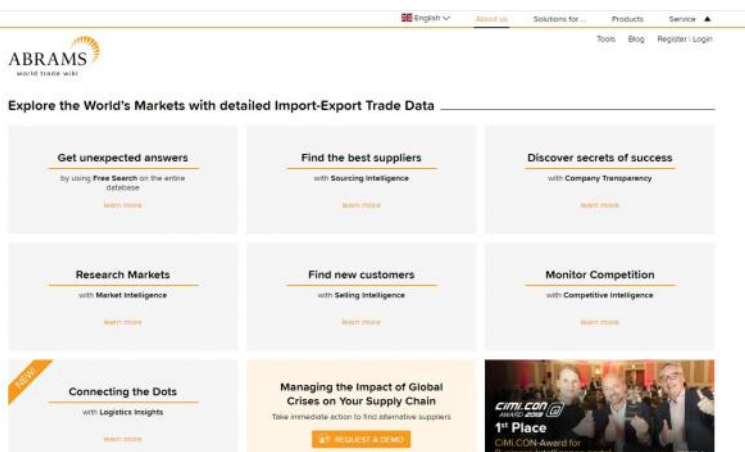
**go produktu lub wąskiej grupy dla większości państw świata.**

## INTRACEN Trade Map

Kompleksowa baza prowadzona przez International Trade Center (INTRACEN), której zasady dostępu do danych, dostosowania układu i pobierania, sprawiają, że może być **jednym z podstawowych narzędzi analitycznych menedżera eksportu**.

Dostęp do bazy <https://www.trademap.org/Index.aspx>. Aktualnie bezpłatna rejestracja pozwala na **dostęp do danych rocznych poniżej linii 6 cyfr HS (8 i na linii celnej)**. Po wyborze kierunku przepływu kraju lub grupy krajów sprawozdawców (np. Chiny) pojawia się wybór państwa partnerskiego (np. Polska).

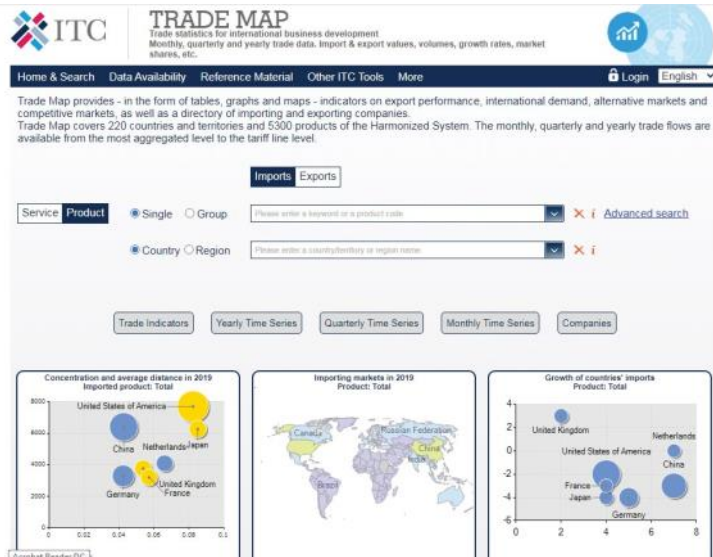
Jeśli wyniki mają dotyczyć konkretnego produktu, można



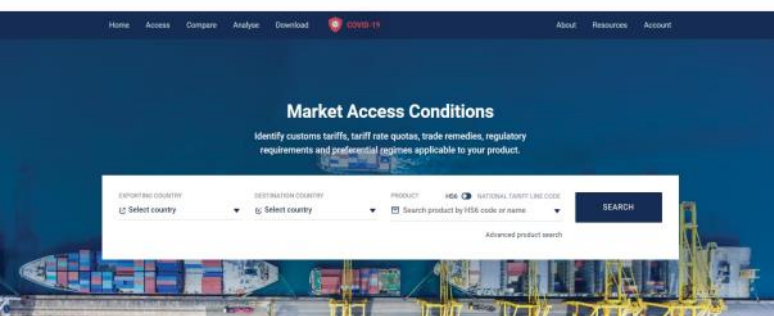
ków Abrams. Najbardziej aktualne dane dla części państw są ekstrapolowane.

Po wyborze opcji Buying Countries (Import) dostępny jest wykres trendu i ogólne dane dotyczące obrotu danym produktem na świecie. Znajdziemy również listę państw z informacjami na temat wielkości eksportu w wartościach bezwzględnych i procentowych, udziału w imporcie globalnym oraz zmianach udziału w imporcie globalnym.

Niewątpliwą zaletą jest fakt, że **baza pozwala na szybki dostęp do danych i identyfikację potencjalnych rynków ze względu np. na wielkość importu oraz procentowy wzrost importu**. Wadą jest możliwość porównania danych jedynie z dwóch kolejnych lat, co utrudnia ocenę sytuacji w dłuższym szeregu czasowym. Możliwe jest również porównywanie danych półrocznych i kwartalnych dwóch kolejnych lat. Baza działa na zasadach komercyjnych, więc zakres danych udostępnianych w podstawowym, bezpłatnym pakiecie może ulec zmianie. **Polecana jest do sprawdzenia podstawowych danych dla pojedyncze-**



znaleźć go po kodzie HS (na tym etapie z dokładnością do 6 cyfr kodu HS, większą dokładność można ustawić już po wyświetleniu danych). Dane kwartalne i miesięczne poniżej działów (2 cyfry kodu HS) dostępne tylko dla użytkowników premium. **Wyświetlając dane o wartości importu z Polski, baza podaje również informacje o łącznym eksporcie z Polski danego produktu oraz o łącznym chińskim imporcie**. Można również jednym kliknięciem uzyskać informacje **o wartości polskiego eksportu danego produktu do innych państw oraz imporcie do Chin z innych państw**. Jest również możliwość pewnego dostosowania sposobu wyświetlania danych włącznie z długimi szeregami czasowymi (do 20 okresów czasowych). Dane pochodzą z bazy Comtrade, ale są uzupełniane również danymi bezpośrednio z baz statystycznych poszczególnych krajów. Dane mogą być pobrane do plików xls, csv, doc.



Wadą jest konieczność samodzielnego przeprowadzania obliczeń takich jak np. okresowa dynamika zmian, czy wartości zmian. Z punktu widzenia zakresu danych, szybkości dostępu, dostosowania interfejsu jest to **jedna z najlepszych bezpłatnych baz danych dla globalnej wymiany handlowej**.

Przydatnym narzędziem dodatkowym jest portal Market Access Map <https://www.macmap.org/>, pozwalający na szybkie porównanie **warunków dostępu do rynku, stawek celnych oraz wartości eksportu** do wszystkich państw ujętych w bazie.

#### Inne źródła danych

Jeśli przy wejściu na nowy rynek firma zamierza podążyć za europejskimi konkurentami, może korzystać z danych Eurostat. World Trade Organization również udostępnia dane dotyczące wymiany handlowej swoich członków. Dane zawarte w tych bazach mogą być jednym z podstawowych elementów wstępnej selekcji krótkiej listy obejmującej rynki, które są potencjalnie atrakcyjne dla eksportu produktów firmy. Dla ograniczenia liczby państw można uwzględnić dodatkowe kryteria, które są łatwe do zastosowania, np. umiejętności językowe pracowników.

Znajomość języka francuskiego przez pracowników działu eksportu to mocny atut w eksporcie do wielu państw Afryki Zachodniej, znajomość rosyjskiego będzie przydatna w państwach należących do Wspólnoty Niepodległych Państw. Obecność prowadzonego przez PAIH Zagranicznego Biura Handlowego może znacznie ułatwić pierwszy kontakt z potencjalnymi partnerami. Działające w Polsce placówki dyplomatycznej lub handlowej danego państwa może być również istotnym ułatwieniem w analizie.

Bliskość rynku lub dogodność transportu może być stosunkowo łatwo i szybko zweryfikowana i posłużyć jako dodatkowe kryterium, podobnie jak możliwość uzyskania wsparcia finansowego w ramach programów prowadzonych przez PAIH, PARP, czy organizacje obsługujące fundusze unijne. ■

Autor jest analitykiem rynku chińskiego i konsultantem w Foray China

# biznes2biznes.com

Spójrz na biznes z naszej strony

Zamieść bezpłatną  
ofertę w kategorii:

Szukam inwestora

Zainwestuję w firmę

Sprzedam firmę

Kupię firmę

Sprzedam produkty

Kupię produkty

Nawiążę współpracę

Nieruchomości

Praca

Franczyza

Barter