

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ КАК ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ПУТЬ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЕЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

**З.В. Нестерова**, канд. экон. наук, доц.,

Уральский государственный экономический университет, Екатеринбург

*Сегодня на многих рынках, в особенности на рынках, реализующих продукцию медицинского назначения, наблюдается очень серьезная конкуренция, характеризующаяся большим количеством продавцов, предлагающих достаточно широкий выбор товаров. При таких условиях проведение ряда мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности становится крайне важным для любых сфер бизнеса. Зачастую одним из наиболее перспективных вариантов возможного повышения конкурентоспособности компании, является принятие ею решение о выходе на зарубежные рынки.*

**Ключевые слова:** маркетинг, потребители, рынок, регион, товарный ассортимент, конкурентоспособность.

Одним из основных приоритетов ведения успешной хозяйственной деятельности для компаний, является стремление к увеличению объемов продаж и повышения своей конкурентоспособности. В настоящее время конкурентная среда становится более интернационализированной, в разных странах существуют группы потребителей со схожими потребностями, поэтому многие компании стремятся охватить максимально возможный объем рынка, как локального, так по возможности, и международного.

Когда компания принимает решение о выходе на зарубежный рынок, она надеется найти на этом рынке новых покупателей, увеличить объемы продаж и повысить свою конкурентоспособность. На выбор оптимального варианта выхода на международный рынок существенное влияние оказывают, как наличие целевой аудитории, так и величина необходимых вложений. Наиболее оптимальным вариантом для первоначального выхода компании на международный рынок, может является экспорт продукции. Ограниченный экспортный объем продукции позволяет более детально исследовать потребности целевой аудитории и провести мероприятия по совершенствованию элементов комплекса маркетинга в целом.

Современный рынок торговли товарами медицинского назначения является одним из самых быстрорастущих, прибыльных и перспективных. За 2021 год в сегменте медоборудования существенно выросли поставки медизделий для электрофореза (почти в 3 раза), терапевтической дыхательной аппаратуры (в 3,3 раза), диагностических реагентов (в 2,2 раза), газовых масок и дыхательного оборудования (на 93%, или 1,9 раза) [2]. В соответствии со стратегией Минпромторга РФ, к 2024 году экспорт медизделий должен достигнуть 18,4 млрд рублей [2].

Компании, выходящей на внешний рынок, предстоит работа по формированию целевой аудитории, донесению до зарубежных покупателей информации о высоком качестве своей продукции, создать осязаемую потребительскую ценность предлагаемых товаров, позиционировать саму компанию, как надежного партнера, всегда соблюдающего условия заключенного договора.

В качестве примера, иллюстрирующего успешную работу компании на отечественном и зарубежном рынках, можно рассмотреть работу компании «Дельрус».

Компания Общество с ограниченной ответственностью «Дельрус» (ООО «Дельрус») является производственно-дистрибьютерским холдингом, поставщиком технологий лечения и диагностики, комплексных технических решений и услуг по поддержке и внедрению и ведет свою деятельность с 1991 года [3]. Помимо этого, ООО «Дельрус» занимается производством товаров для медицины под собственными торговыми марками. Компания продвигает и продает продукцию около 367 [3] мировых и российских производителей медицинского оборудования и расходных материалов, соответствующим экологическим стандартам и являются безопасными для здоровья человека. Ассортиментом товаров медицинского назначения, предлагаемым ООО «Дельрус» можно в полном объеме укомплектовать лечебное учреждение любого профиля. В Дубне компания производит одноразовые расходные материалы под маркой «Виробан», в Екатеринбурге – медицинское оборудование «Лидкор», в Краснодаре – инвазионные растворы «Стеритек», а в Казани компания предлагают комплексы для дезинфекции под маркой «Дельрус-Дез» [3].

Именно поэтому компания ООО «Дельрус» считается одним из немногих операторов комплексных проектов на рынке. В компании ООО «Дельрус» имеются свои сервисные центры, которые производят предпродажную подготовку, инсталляцию оборудования и гарантийный и пост гарантийный ремонт, продаваемого оборудования.

Товарный ассортимент компании формируется в зависимости от спроса и специализации целевой аудитории. В ассортиментном портфеле компании ООО «Дельрус» содержится более 35 тысяч [3] единиц продукции. Ассортимент отличается шириной и глубиной. В ассортиментном портфеле компании преобладает продукция по направлениям «Общегоспитальные расходные материалы и растворы», «Хирургия и Общебольничное оборудование», «Эндопротезирование и остеосинтез» и «Эндоскопия» [3]

По данным на апрель 2018 г, всего в России производством медицинских изделий занимаются около 400 предприятий [1] в числе которых есть компании, ведущие свою деятельность на международном рынке. С целью повышения конкурентоспособности компании ООО «Дельрус» рассмотрела возможные варианты выхода со своей продукцией на международный рынок, а именно на рынок Республики Казахстан с оптимальным вариантом выхода – прямой экспорт продукции. Торговые барьеры для экспорта продукции в Казахстан практически отсутствуют или носят незначительный характер, индивидуальный, «нишевый» узкоспециализированный характер, связанный с защитой интересов собственных производителей и предотвращения обращения продукции ненадлежащего качества и контрафакта. Республика Казахстан занимает второе место по развитию экономики среди стран СНГ после России и имеет самую большую и сильную экономику в Центральной Азии по ВВП на душу населения номинально и по паритету покупательской способности Казахстан занимает также второе место после России, составляя 26,3 тыс. долларов США на душу населения. [4]

Привлекательность Республики Казахстан в качестве международного партнера объясняется следующими факторами:

- тесные отношения страны с Российской Федерацией способствуют созданию благоприятных условий для внешней торговли с российскими компаниями;
- несущественные различия менталитета казахов с россиянами позволяют снизить затраты на адаптацию продукции на международный рынок, минимизирует риски непринятия продукта российского происхождения, облегчает процесс переговоров с бизнес-партнерами;

– прогнозируемый рост экономики за счет частного потребления, которое в свою очередь стимулируется ростом потребительского кредитования. Среднегодовые темпы роста Республики Казахстан с 2010 по 2018 гг. составили 4,4%,) [5];

– упрощенные правила транспортировки и налогообложения.

В настоящее время компания «Дельрус» успешно работает в Казахстане. Региональные представительства компании расположены в таких городах, как Павлодар, Алматы, Астана и Актобе. Компания полностью оснастила новые Центры Крови городах в Астана, Тараз, Кокчетав, Кустанай, Караганда, Актау, Шымкент, Усть-Каменогорск, Темиртау, Петропавловск, Джезказган [6].

Совершенствование международной маркетинговой деятельности и выбор оптимального варианта выхода компании ООО «Дельрус» на международный рынок, закрепило за ним репутацию надежного партнера и привело к повышению конкурентоспособности предприятия.

#### Список использованных источников

1. Рынок медицинских изделий в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zdrav.expert/index.php/свободный>.
2. Экспорт медицинских изделий из России в 2021 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zdrav.expert/index.php/свободный>.
3. Дельрус – технологии для здоровья [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.delrus.ru/company/>, свободный.
4. ВЭД информ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vedinform.com/>, свободный.
5. Казахстанский фармацевтический вестник [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pharmnews.kz/>, свободный.
6. ТОО «Дельрус РК» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ekaterinburg.hh.ru/employer/1122912>