

Онлайн ресурси для проведення дослідження

Дослідження зовнішнього ринку – один з найперших кроків на шляху до експорту. На першому етапі дослідження можна почати з використання доступних онлайн ресурсів, галузевих видань та інформації від профільних асоціацій. Пропонуємо скористатися наступними ресурсами:

Онлайн-ресурси з інформацією про розмір та потенціал ринку:

- База даних Світового Банку – економічна та демографічна статистика;
- Довідник СІА – інформація про населення, економіку, географію, комунікації, транспорт;
- Національні управління статистики в цільових країнах;
- Trade Map – статистична інформація щодо експорту та імпорту за країнами світу. Відеокурс як користуватися TradeMap за посиланням.

Онлайн-ресурси з інформацією про потреби споживачів та тренди:

- Інструмент Market Finder та Google Trends від Google – рекомендації щодо найкращих ринків на основі щомісячних пошуків умов, пов'язаних з вибраними вами категоріями продукції;
- Також скористайтеся розділом Аналітичні матеріали на сайті Офісу з просування експорту, який містить торговельні огляди країн та секторальну аналітику включно з оглядами споживачів.
- Рекомендуємо також використовувати галузеві видання, інформацію від профільних асоціацій та міжнародних виставок.

Онлайн-ресурси з інформацією про тарифні та нетарифні обмеження:

- Market Access Map – тарифні та нетарифні обмеження за країнами світу. Путівник із користування цією міжнародною базою знаходиться на сайті Офісу з просування експорту за посиланням.
- Хелпдеск для експортерів до ЄС – це інформаційна веб-сторінка про основні вимоги до продукції на ринку ЄС та послідовність дій щодо виконання цих вимог.
- Standards Map – перелік добровільних стандартів, які використовуються в різних країнах.

Онлайн-ресурси з інформацією про конкурентів:

- онлайн-довідники, B2B платформи та он-лайн магазини: наприклад One World Yellow, Pages Kompass, EuroPages, com;
- веб-сайти торгових виставок: скористайтеся пошуковою системою виставок за посиланням.

Культурні відмінності на ринку:

- Kwintessential – довідники за країнами світу, які охоплюють бізнес-етикет, традиції та культуру.

На другому етапі варто провести дослідження безпосередньо на місці – в тій країні, куди ви плануєте експортувати. Будьте готові витратити більше часу та грошей на цей етап дослідження, відвідати фахові міжнародні виставки чи замовити послуги місцевого консультанта чи маркетингової компанії для детального вивчення ринку саме для вашого продукту чи послуги.

Матеріал підготовлено фахівцями [Офісу з просування експорту України](#)