

# Разработка экспортной стратегии компании

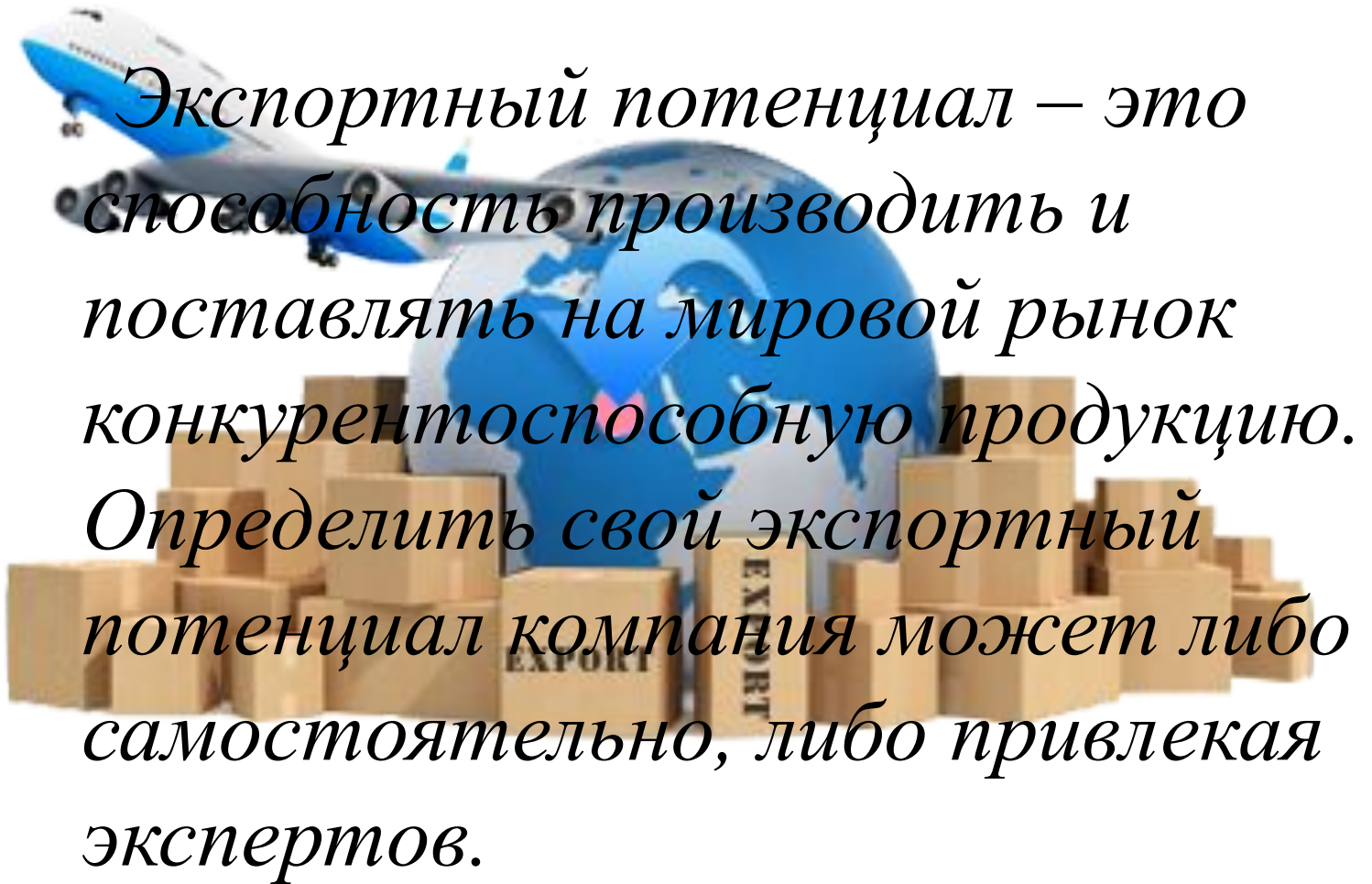


Зацепин С 3404

# Основные этапы

- *постановка целей;*
- *анализ экспортных возможностей;*
- *выбор товара для экспорта (товарные стратегии);*
- *анализ рынка;*
- *стратегии выхода на внешний рынок;*
- *управление экспортной деятельностью.*

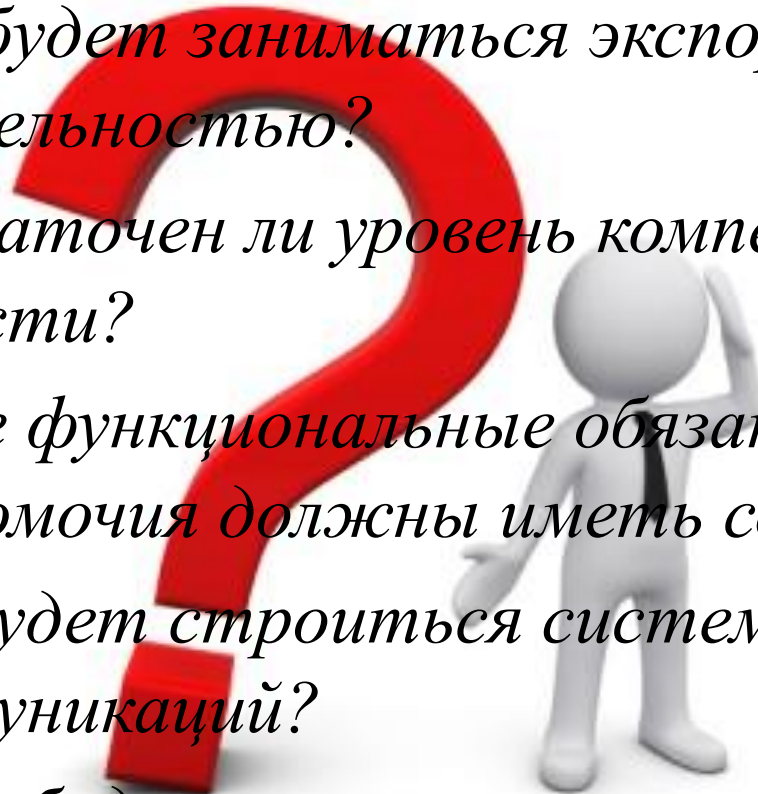
# Экспортный потенциал



*Экспортный потенциал – это способность производить и поставлять на мировой рынок конкурентоспособную продукцию. Определить свой экспортный потенциал компания может либо самостоятельно, либо привлекая экспертов.*

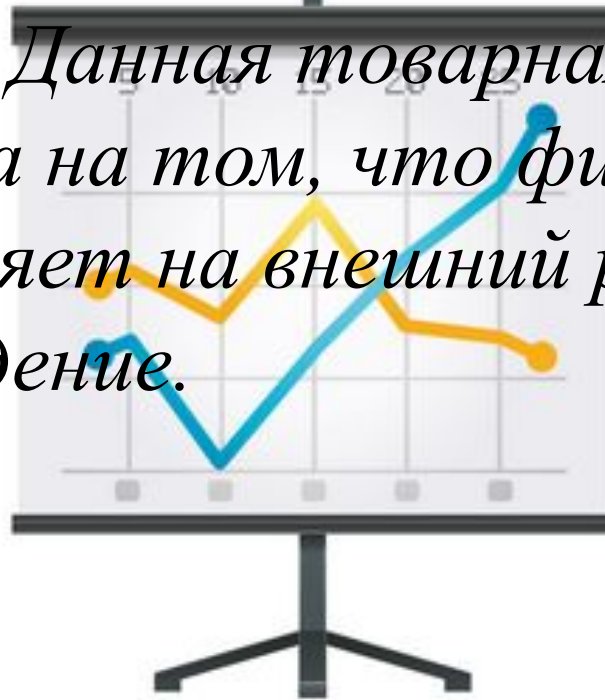
При оценке персонала важно получить ответы на следующие вопросы:

- *кто будет заниматься экспортной деятельностью?*
- *достаточен ли уровень компетенции в этой области?*
- *какие функциональные обязанности и полномочия должны иметь сотрудники?*
- *как будет строиться система коммуникаций?*
- *какая будет использоваться система оценки работы персонала?*



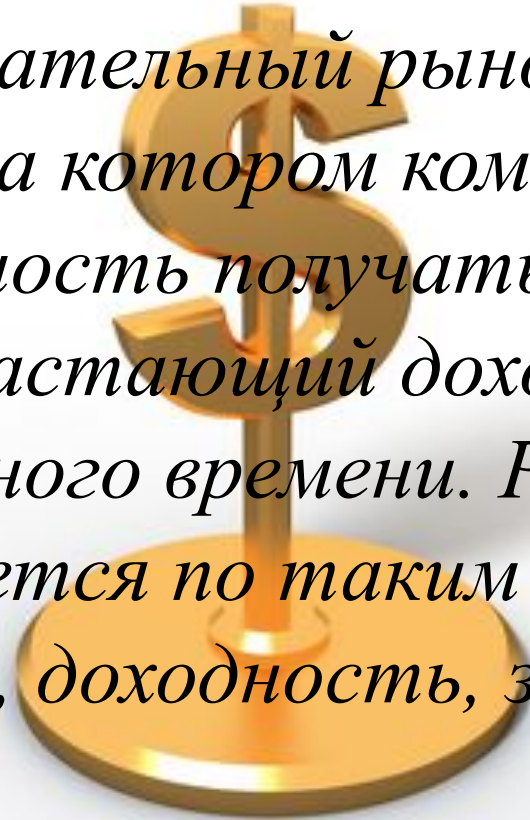
# Инновация товара

*Все чаще в международной практике применяется стратегия инновация товара. Данная товарная стратегия основана на том, что фирма поставляет на внешний рынок свое нововведение.*



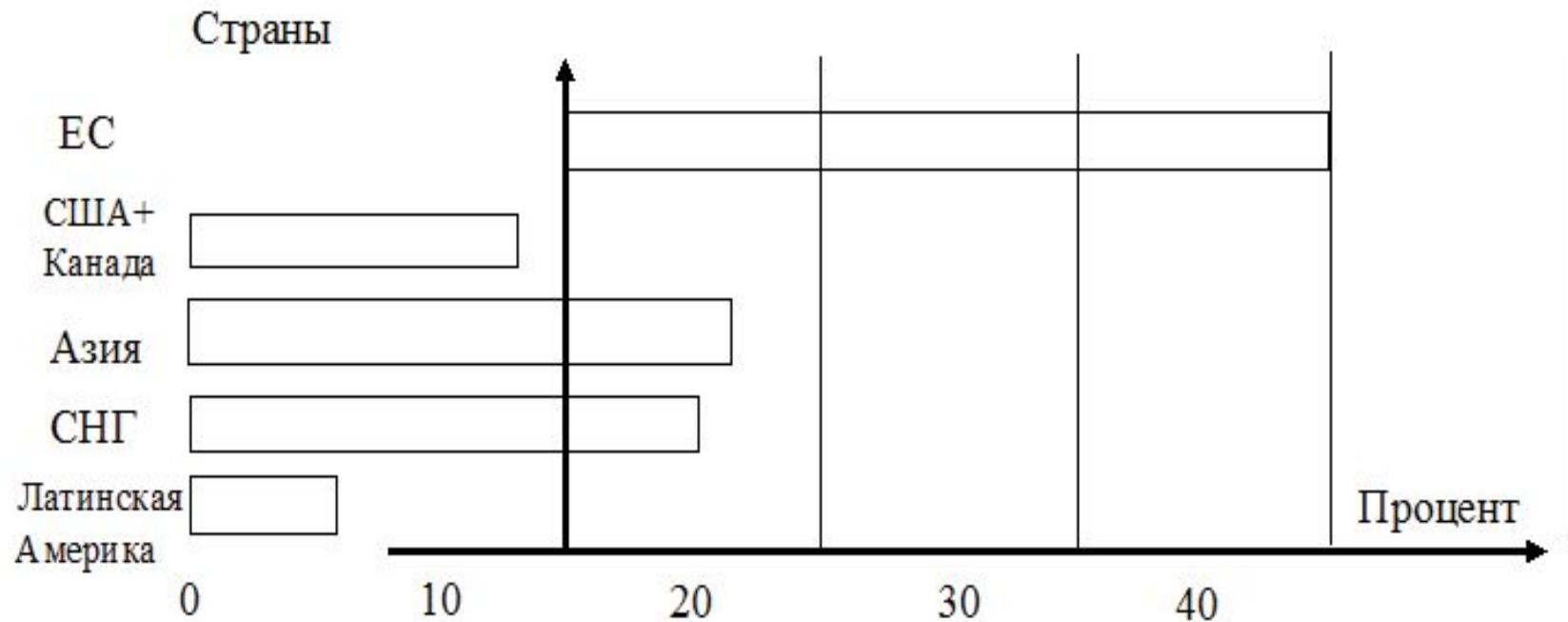
# Привлекательность рынка

*Привлекательный рынок – это тот рынок, на котором компания имеет возможность получать стабильный или возрастающий доход в течение длительного времени. Рынок оценивается по таким критериям, как емкость, доходность, затраты на вход и т.п.*





# *Распределение российских нанокомпаний по регионам мира*



# Европейский рынок

- *этот рынок более развит по сравнению с азиатским рынком, рынком стран СНГ и Латинской Америки;*
- *рынок стран ЕС более прозрачен по сравнению с азиатским рынком и рынком стран СНГ;*
- *российские компании уже изучили правила игры на этом рынке*



# Международная конкуренция

*Международная конкуренция – это соперничество между отдельными производителями или поставщиками товаров и услуг за наиболее выгодные условия производства и сбыта.*





Спасибо за внимание!