

Разработка экспортной стратегии компании

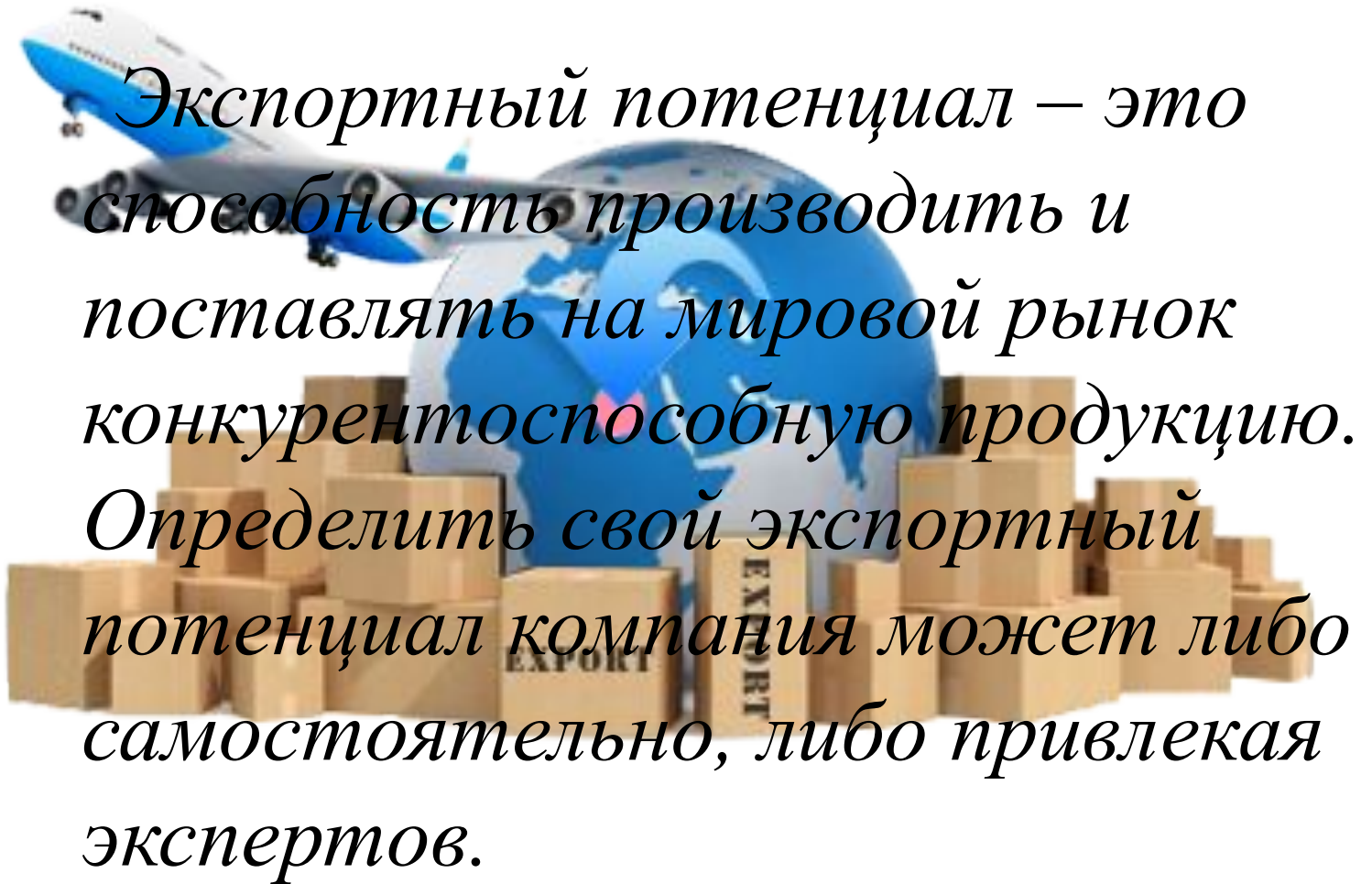


Зацепин С 3404

Основные этапы

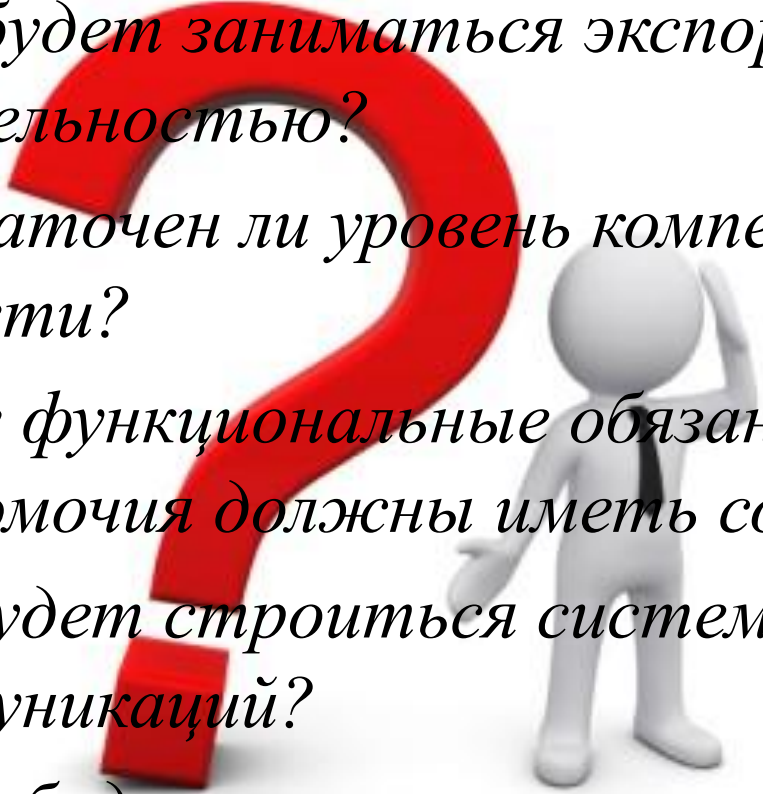
- *постановка целей;*
- *анализ экспортных возможностей;*
- *выбор товара для экспорта (товарные стратегии);*
- *анализ рынка;*
- *стратегии выхода на внешний рынок;*
- *управление экспортной деятельностью.*

Экспортный потенциал



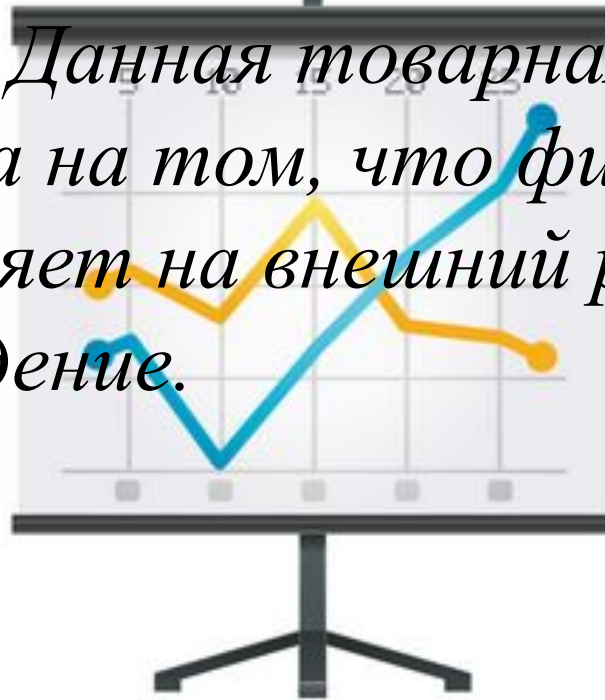
Экспортный потенциал – это способность производить и поставлять на мировой рынок конкурентоспособную продукцию. Определить свой экспортный потенциал компания может либо самостоятельно, либо привлекая экспертов.

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?*
- 

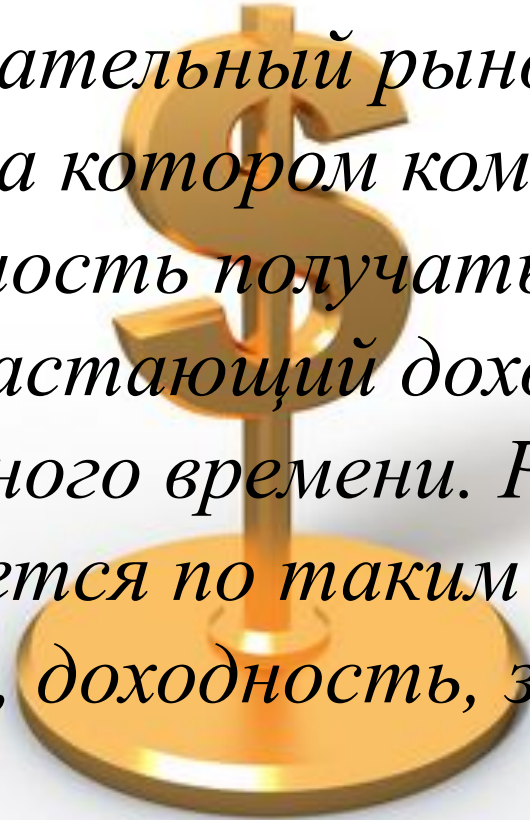
Инновация товара

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

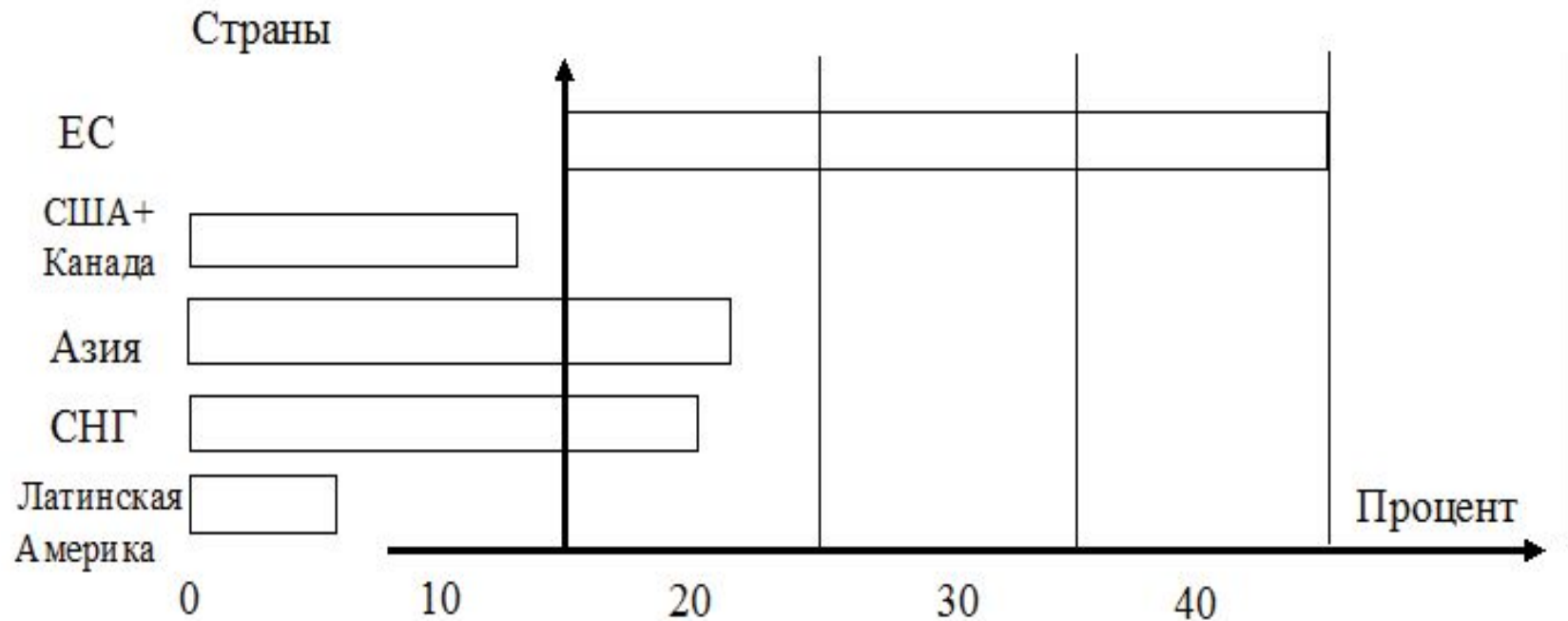


Привлекательность рынка

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!