

Дисциплина: ВЭД предприятия

Лекция

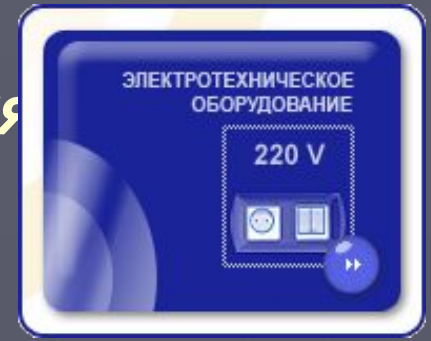


«Стратегии выхода предприятия на внешний рынок»

И.Ю. Сергеева, к.э.н., доцент
профессор кафедры МЭО



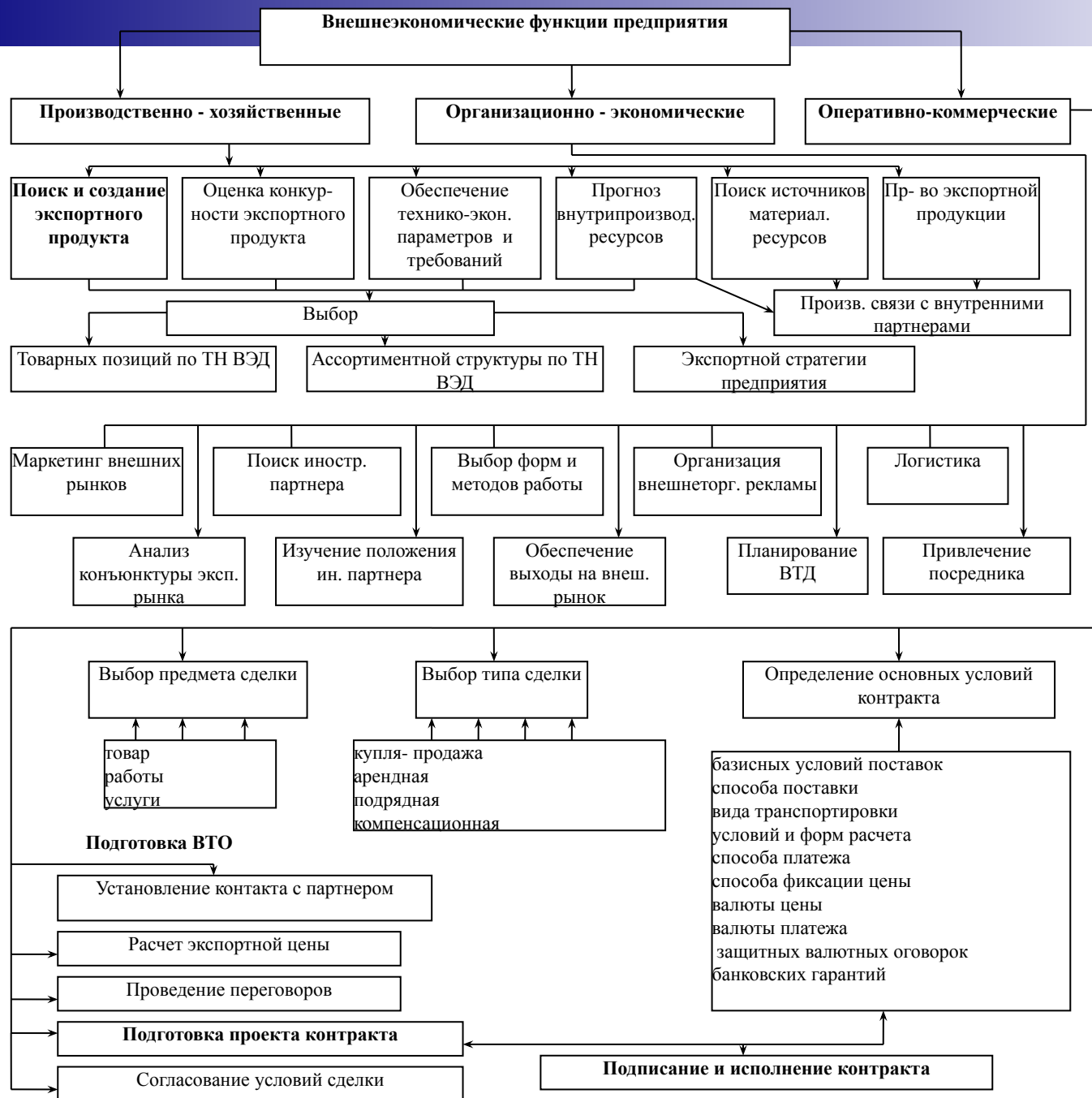
Причины выхода предприятия на внешний рынок



- ▶ поиск более высокой доходности бизнеса
- ▶ снижение спроса на внутреннем рынке
- ▶ сглаживание резких колебаний спроса
- ▶ продление жизненного цикла товара
- ▶ снижение рисков за счет их диверсификации
- ▶ требование клиентов
- ▶ освоение передового опыта ведения бизнеса
- ▶ обучение и повышение компетентности персонала фирмы

Основные трудности выхода предприятия на внешний рынок

- ▶ Дополнительные затраты на маркетинговые исследования
- ▶ Усложнение управления фирмой
- ▶ Необходимость подготовки высококвалифицированных и узкоспециализированных кадров
- ▶ Необходимость модификации и адаптации товара
- ▶ Высокие риски зарубежной деятельности
- ▶ Широкий набор защитных мер



Методы международной сегментации

1. Выявление стран со спросом на однородные товары

2. Выявление универсального сегмента рынка

3. Поиск различных сегментов в каждой стране

4. Поиск рынков с учетом необходимых модификаций товара

Выбор целевого рынка для внешнеэкономической деятельности

Оценка требований предпринимательской среды, запросов рынка и потребителей в конкретной зарубежной стране
(характер внешних требований)

Учет производственно-сбытовых возможностей фирмы
(потенциал фирмы)

Оптimum

Стратегии поиска зарубежного рынка сбыта

- стратегия концентрированного поиска внешних рынков – стратегия «муравья»
- стратегия дисперсного поиска внешних рынков – стратегия «стрекозы»

Стратегии проникновения на внешние рынки

- стратегия расширения границ рынка – «старый товар – новый рынок»
- стратегия активной экспансии – «новый товар – новый рынок»
- стратегия лазерного луча
- стратегия наступления
- стратегия «накопления боевого снаряжения»
- стратегия «завоевания плацдарма»
- стратегия «фронтального штурма»
- стратегия «тиски» или окружения
- стратегия «грабли»

Стратегии сохранения зарубежных рынков

- стратегия обороны
- стратегия «крепостной обороны»
- стратегия глубокого внедрения на рынок – «старый товар – старый рынок»
- стратегия разработки нового товара – «новый товар – старый рынок»
- стратегия «удержания периметра обороны»
- стратегия «бой в арьергарде»
- стратегия «партизанской войны»
- стратегия диверсификации или распыления зарубежных рынков

Стратегии лидерства

- стратегия лидера
- стратегия челенджера
- стратегия нишера

Вынужденные стратегии

- стратегия последователя
- стратегия выживания
- стратегия отступления

Матричная система выбора целевого рынка для внешнеэкономической деятельности

Вариант 1			Вариант 2			Вариант 3			Вариант 4			Вариант 5			
	X		X	X	X		X				X	X	X	X	1
							X		X			X	X	X	2
							X			X		X	X	X	3
а	б	в	а	б	в	а	б	в	а	б	в	а	б	в	

а, б, в - группы стран (или потребителей)

а – страны со средним уровнем дохода на душу населения

б – страны с низким уровнем дохода на душу населения

в – страны с высоким уровнем дохода на душу населения

1,2,3 - характер покупательской потребности

1 – фотографы – любители

2 - фотографы-любители неавтоматизированной съемки

3 – фотографы - профессионалы

Вариант 1 – узкая специализация или концентрация на единственном сегменте

Вариант 2 – ориентация на покупательскую потребность

Вариант 3 – ориентация на группу стран или потребителей

Вариант 4 – выборочная специализация

Вариант 5 – полный охват рынка

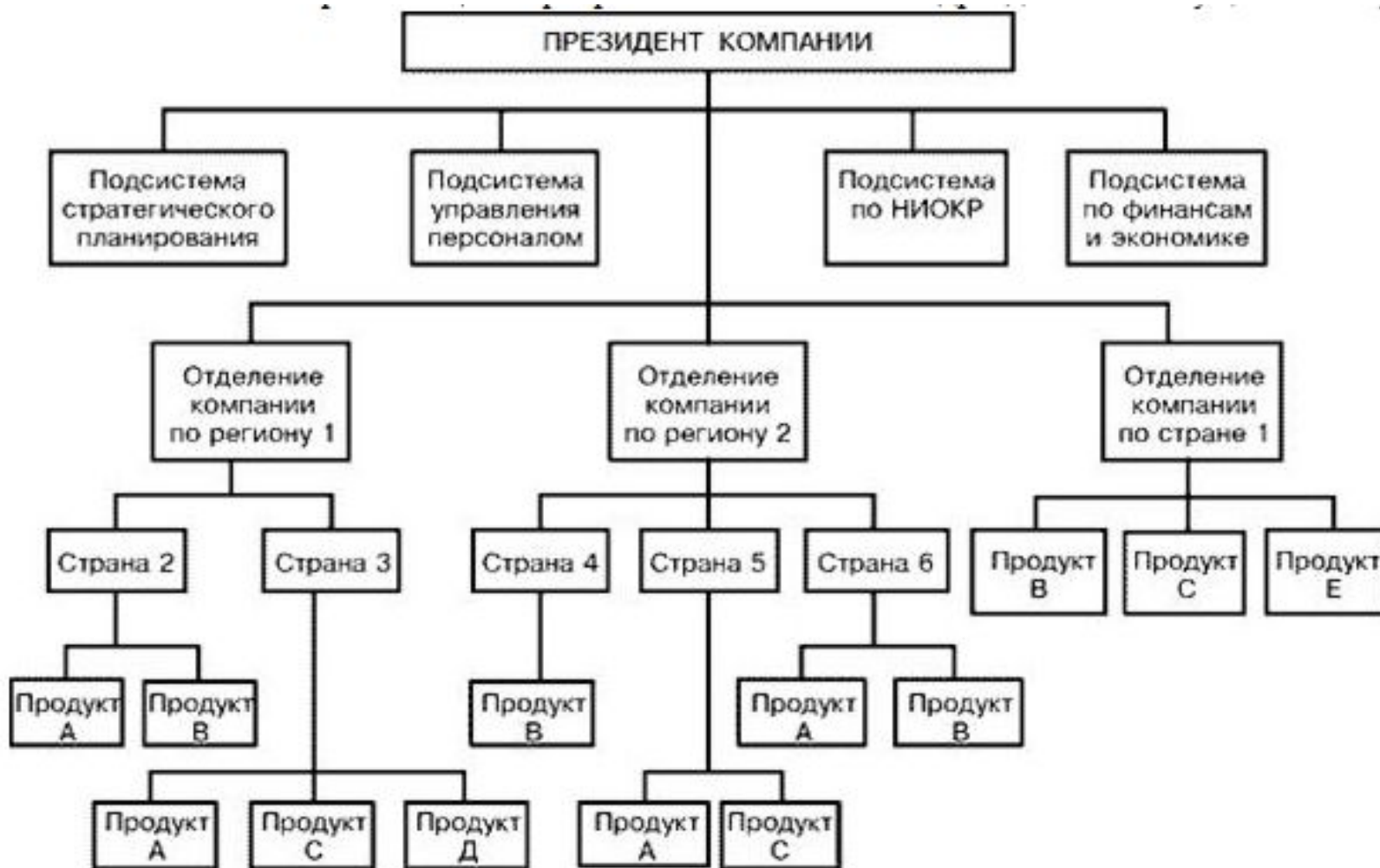
Тема 2. Организация внешнеэкономической службы на предприятии



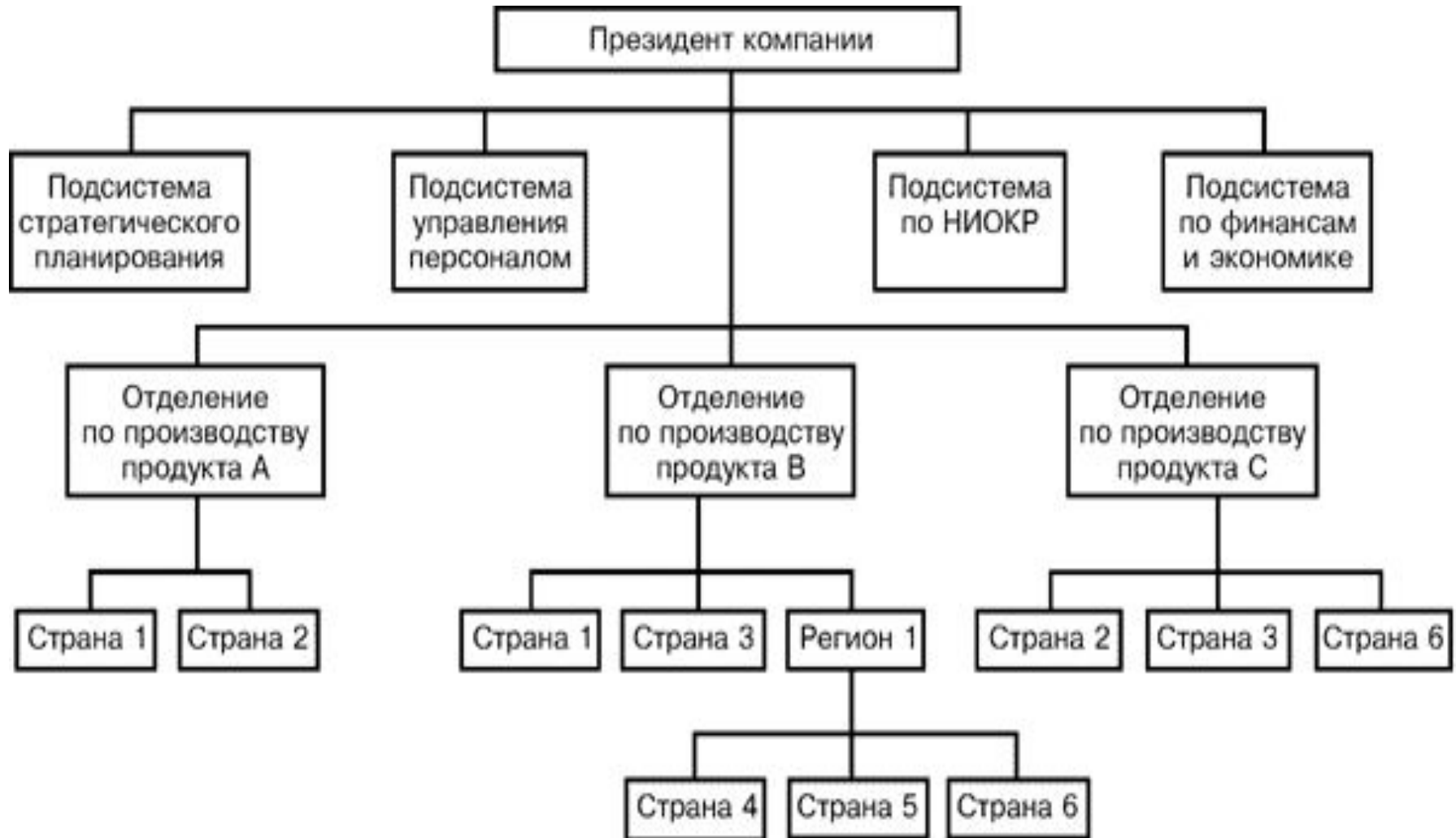
Линейно-функциональная структура управления



Глобальноориентированная дивизиональная (региональная) структура



Глобальноориентированная продуктовая (товарная) структура.



Проектная структура управления

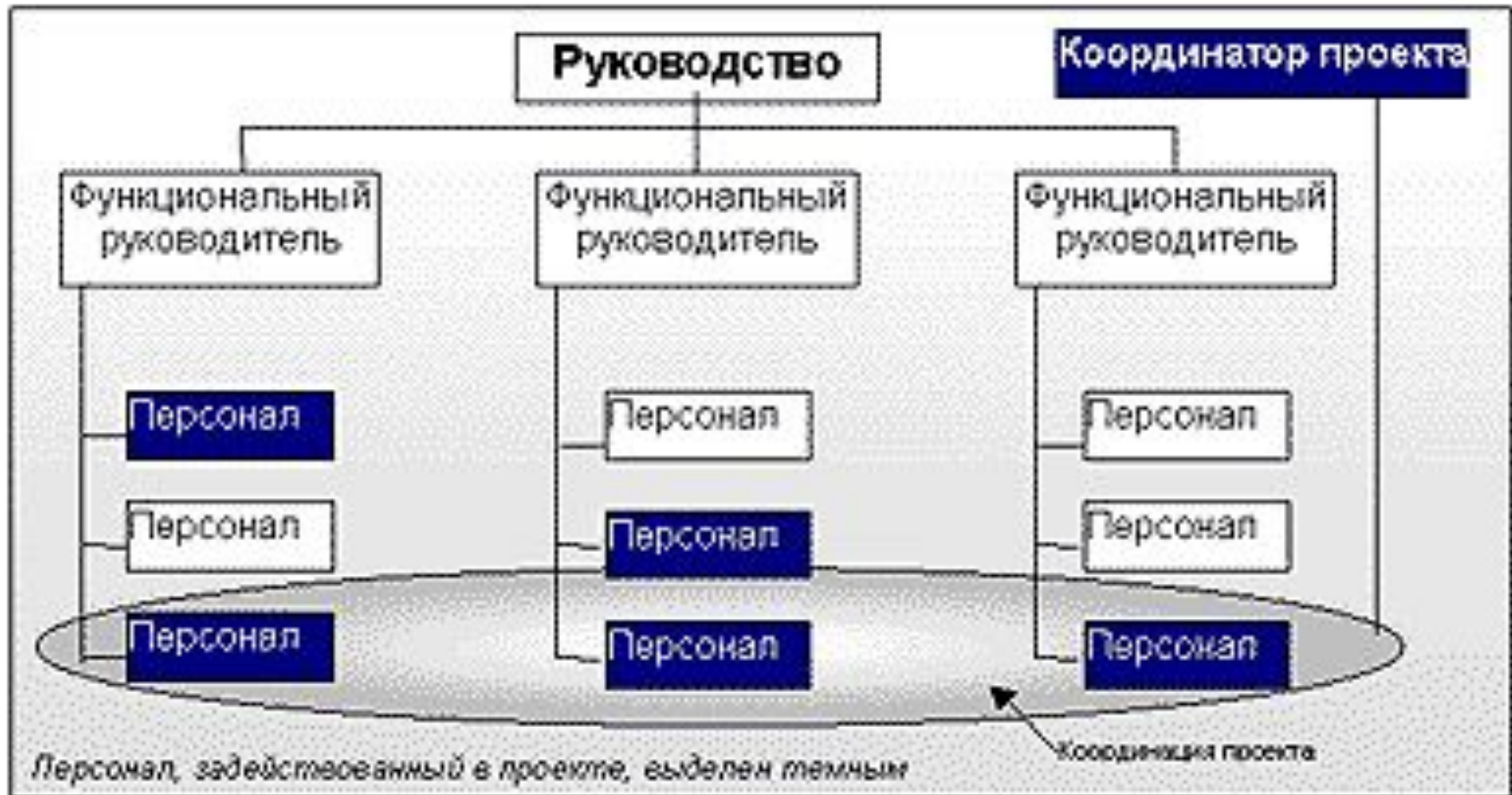
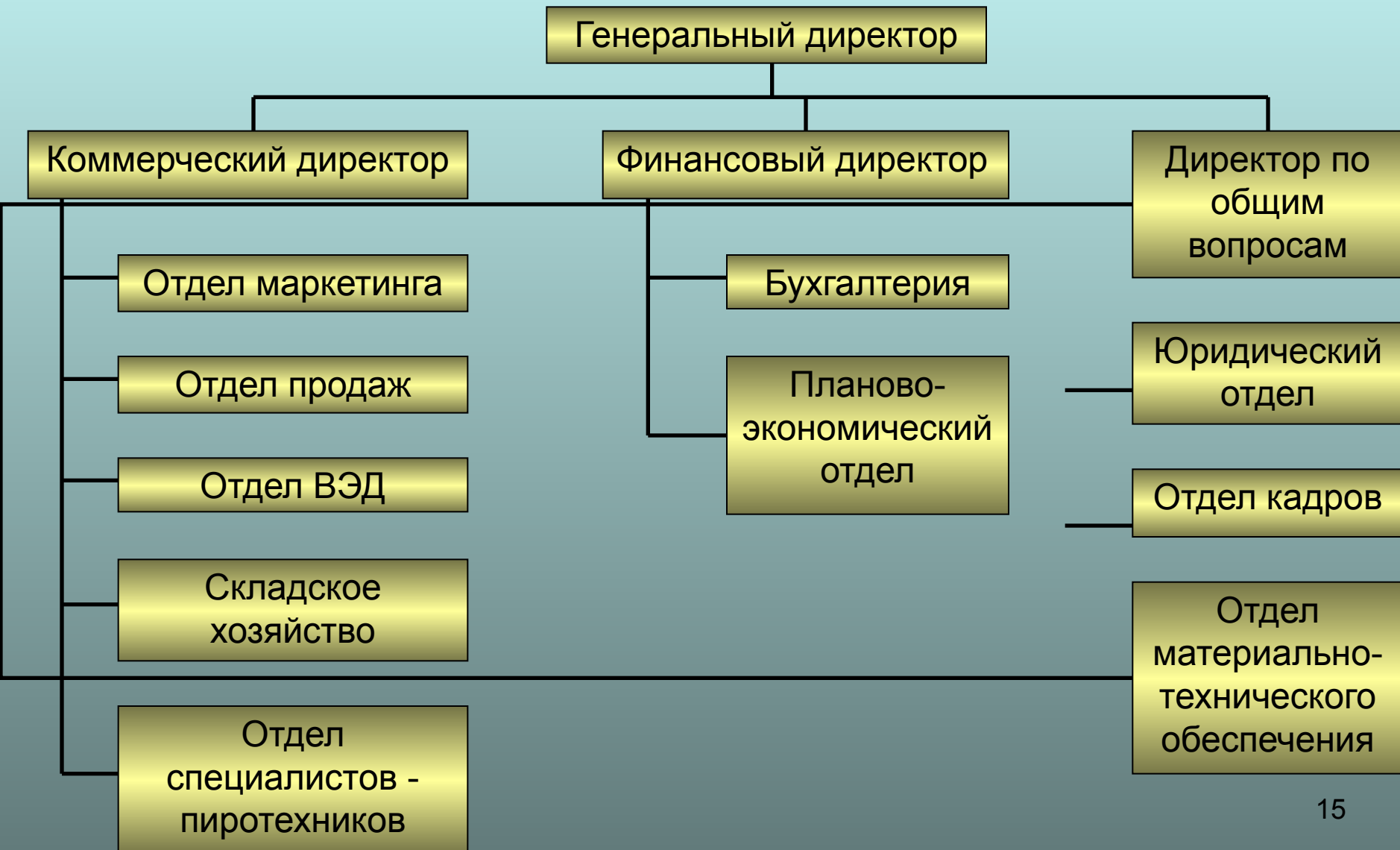


Рис.5. Координатор проекта

МАТРИЧНАЯ ОРГАНИЗАЦИОННАЯ СТРУКТУРА



Организационная структура ООО «Пиро-плюс»



Основные задачи ОВЭД ООО «Пиро-плюс».

- планирование, организация и непосредственное осуществление импортных сделок в рамках утвержденной номенклатуры пиротехнических изделий;
- наращивание объемов импорта, совершенствование его товарной структуры;
- повышение эффективности импортных закупок в соответствии со стратегией развития предприятия;
- систематическое изучение деятельности важнейших отечественных конкурентов, анализ сильных и слабых сторон;

- участие во внешнеторговом ценообразовании, разработке ценовой стратегии и политики предприятия;
- контроль за выполнением обязательств по заключенным контрактам: контроль за организацией отгрузки, страхования, таможенной очистки и транспортировке товаров, контроль платежно-расчетных операций;
- анализ эффективности импортных операций;
- организация и участие в проведении переговоров с зарубежными партнерами;
- подготовка предложений по рекламным акциям.

Функции сотрудников ОВЭД

Экономист по ВЭД выполняет следующие основные обязанности:

- разработку планов реализации импортных сделок (текущих) и развития ВТД предприятия (стратегических);
- расчет внешнеторговых цен, их обоснование;
- оптимизацию транспортных расходов;
- осуществление международных расчетов, составление отчетов и графиков платежей на неделю и на месяц;
- анализ эффективности заключенных и исполненных импортных сделок;
- планирование и экономическое обоснование расширения ассортимента импортируемой пиротехнической продукции;

Обязанности менеджера по ВЭД:

- поиск поставщиков, установление контакта с ними посредством переписки;
- организация и проведение переговоров с иностранными контрагентами;
- подготовка проектов внешнеторговых контрактов
- размещение заказов на импорт пиротехнической продукции и контроль за их выполнением;
- ведение информационного банка данных о потенциальных партнерах.

Обязанности специалиста по логистике :

- расчет транспортных и таможенных расходов;
- выбор способа и маршрута доставки, разработка схем доставки товара с целью минимизации платежей, выбор вида транспорта;
- оформление таможенных документов
- работа со складами, таможенными терминалами, страховыми и транспортно-экспедиторскими фирмами;
- таможенное декларирование и оформление внешнеторговых грузов.

Переводчик обеспечивает своевременный перевод внешнеторговых контрактов и другой товаросопроводительной документации, участвует в проведении деловых переговоров.