

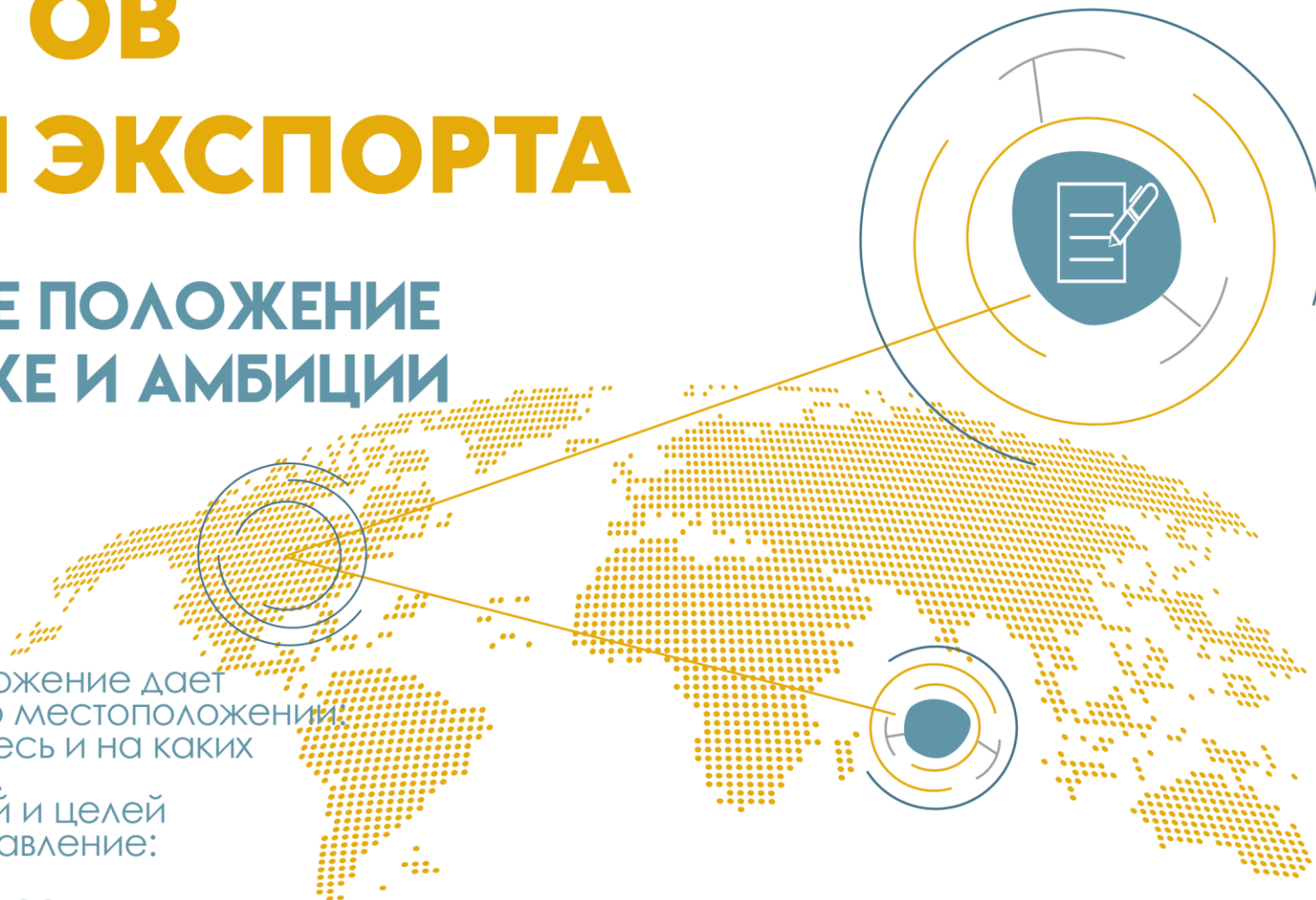
7 ШАГОВ ДЛЯ ЭКСПОРТА

1 ТЕКУЩЕЕ ПОЛОЖЕНИЕ НА РЫНКЕ И АМБИЦИИ

Ваше нынешнее положение дает вам представление о местоположении: кто вы, чем занимаетесь и на каких рынках вы работаете. С помощью амбиций и целей вы определяете направление: куда вы хотите пойти и как вы хотите этого достичь.



**РУКОВОДСТВО
ДЛЯ ЭКСПОРТЕРА**





Описание текущей рыночной позиции и амбиций вашей компании - это отправная точка для вашего будущего выхода на международный рынок, ваш базовый исходный уровень. Это важно по двум причинам. Прежде всего, это помогает выяснить, в какой степени ваша организация оптимизировала возможности на текущих рынках. Во-вторых, когда вы начнете осваивать новые международные рынки, вы столкнетесь с требованиями доступа к рынкам и конкуренцией, которые могут иметь совершенно разные измерения. Эти рыночные факторы бросят вызов вашей организации и могут потребовать адаптации производственных, маркетинговых и логистических процессов, что потребует твердых решений и возможных инвестиций.

- **Продукт:** опишите, какие продукты вы в настоящее время продаете, каковы ваши основные продукты, каково их положение на рынке, какие конкурентные альтернативы доступны на рынке, есть ли у ваших продуктов конкурентное преимущество?
- **Место:** на каких рынках вы продаете, каков ваш текущий охват рынка, какие каналы сбыта вы используете и как это связано с конкуренцией?
- **Цена:** какова ваша ценовая политика, в какой степени вы применяете ценообразование, отличное от цен конкурентов, и как вы применяете гибкость ценообразования для стимулирования продаж (например, скидки, оптовые предложения, тендеры по контракту и т. д.)?
- **Продвижение:** опишите используемые вами рекламные инструменты, то есть ваш рекламный комплекс (реклама, участие в выставках, интернет-маркетинг и т. д.).
- **Люди:** опишите политику компании в отношении социальной ответственности с точки зрения охраны труда и техники безопасности для работников и общества в целом.
- **Планета:** подробно расскажите об экологической осведомленности вашей компании, ее приверженности к экологии и вашей позиции в

отношении управления окружающей средой.

Амбиции и SMART цели

После описания вашего текущего положения на рынке кратко опишите, каковы ваши амбиции с точки зрения расширения международного рынка. Кроме того, вы устанавливаете цели экспорта. Формулировка целей экспорта призвана дать вам представление о направлении: стрелка вашего бизнес-компаса должна постоянно указывать в сторону вашей будущей деловой активности, устраняя сомнения, и позволяя четко видеть задачи и проблемы, которые ждут вас впереди. В своих экспортных целях вы устанавливаете конкретные цели на определенный период времени, и они должны быть сформулированы в рамках SMART, а именно: конкретные, измеримые, достижимые, реалистичные и ориентированные на время.

- **Конкретность:** какой тип продукта (ов) вы хотели бы экспортировать и на какое количество экспортных рынков?
- **Измеримость:** ваши цели должны быть количественными, например, выражаться в показателях продажной стоимости или роста продаж.

Текущая позиция на рынке на основе 6ps (англ.)

Вы можете описать текущее положение на рынке с помощью так называемого комплекса маркетинга (6 P'S)

● **Достижимость:** ваши цели должны основываться на сильных сторонах вашей компании и ее важнейших факторах успеха.

● **Реалистичность:** ваши цели должны быть реалистичными в том смысле, что требуемые инвестиции должны оставаться пропорциональными ожидаемой прибыли.

● **Ориентация на время:** убедитесь, что вы определили краткосрочные и среднесрочные цели, в рамках которых эти ваши цели должны быть достигнуты.



АГЕНТСТВО ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И
ЗАЩИТЕ ИНВЕСТИЦИЙ
КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

Узнайте больше на сайте:
<https://export.gov.kg>
или свяжитесь с нами:
E-mail: office@export.gov.kg,
Тел.(312) 623849