



**ПАРТНЕРЫ
"БОРОВКОВ"**

**Стратегии
выхода предприятий на
внешние рынки**



*УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ
КОНСАЛТИНГ*



Часть 3 Факторы, влияющие на экспортный потенциал Компании





1 Стратегия выхода на зарубежные рынки

- Ценности потребителей Ваших товаров и услуг на новых для Вас, иностранных, рынках
- Цели и Показатели (KPI) выхода на зарубежные рынки
- Стратегическая карта новой Бизнес-единицы, нацеленной на экспорт
- «План мероприятий» по организации экспортных продаж или открытию зарубежного представительства

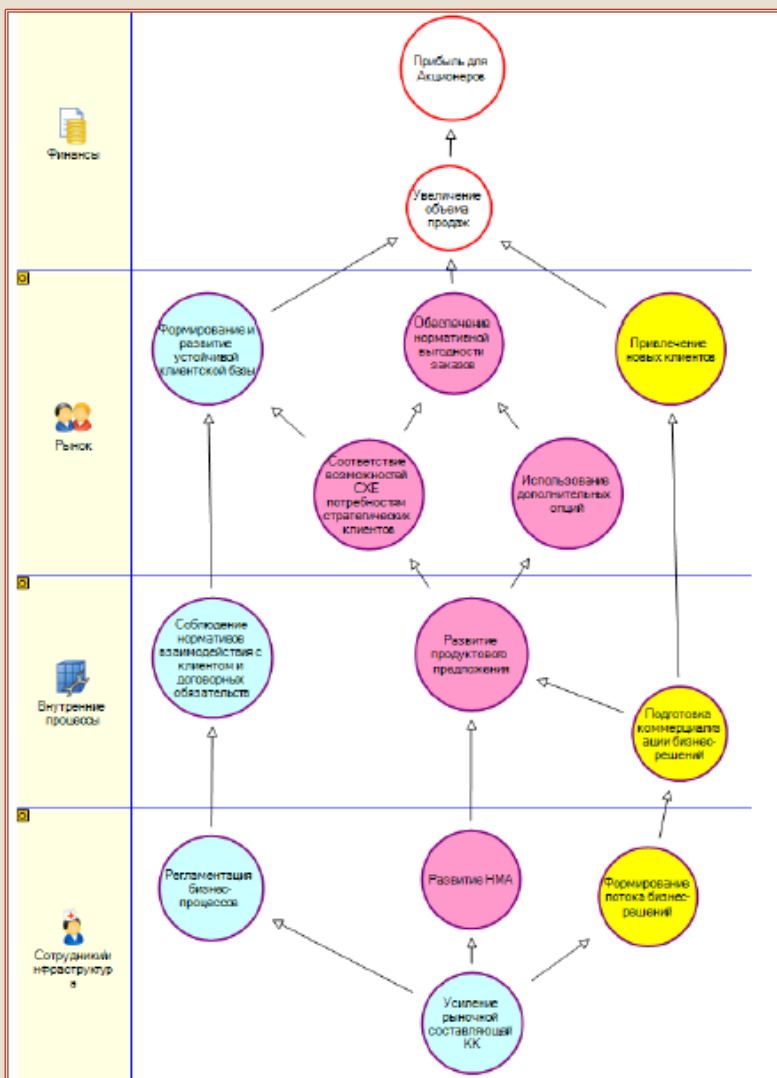
2 Юридическая поддержка экспортных операций

- Подготовка контрактов по всем требованиям к экспортным операциям
- Надёжный таможенный брокер. Подбор и Контроль
- Правовая поддержка - от момента планирования экспортной операции и до отгрузки товаров и услуг
- Правовая и бухгалтерская поддержка возмещения НДС

3 Бизнес-процессы международной торговли

- Адаптация используемых в России процессов для других стран
- Учёт местной культуры и традиций при обслуживании Клиентов и работе с Партнерами
- Оптимизация процессов: сокращение времени, повышения качества, и т.д.

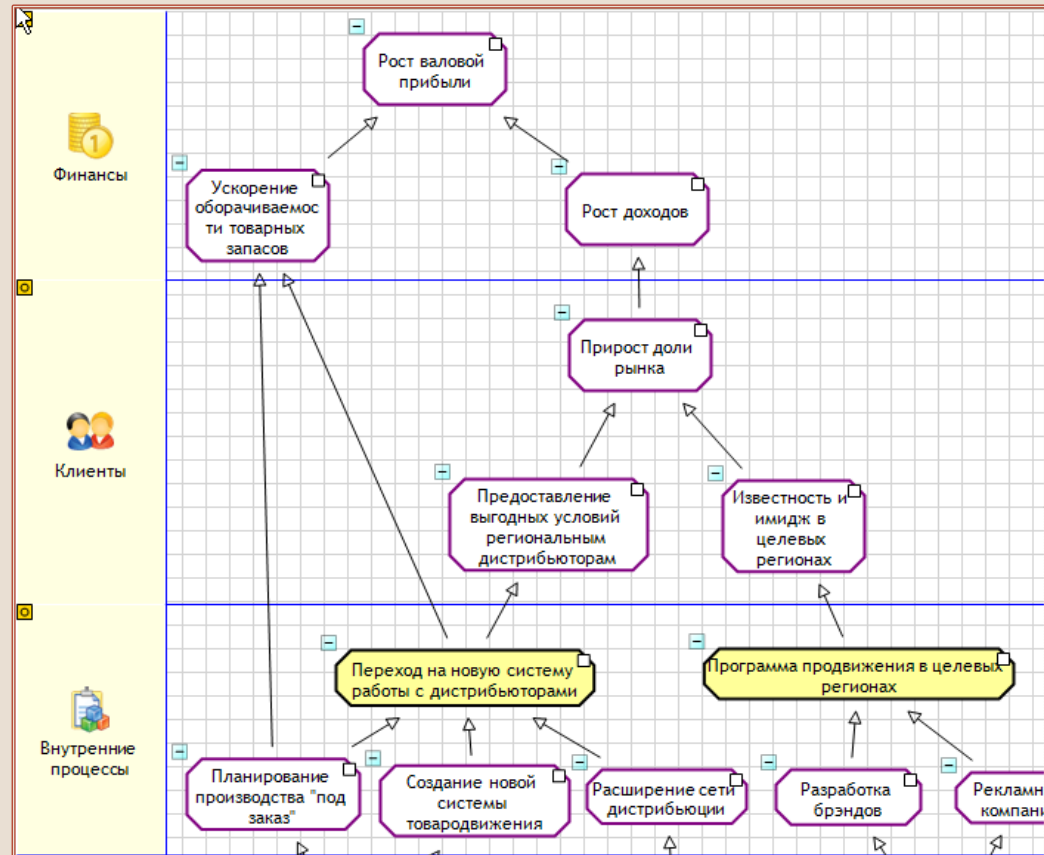
Что такое «Стратегия Экспортера»?



- 1 Выбор СХЕ для экспорта
- 2 Стратегический Анализ возможностей и рисков выхода на экспорт
- 3 Финансовые Цели и Показатели экспорта
- 4 Потребительские ценности зарубежных покупателей
- 5 Процессы обслуживания зарубежных покупателей
- 6 Сотрудники и инфраструктура
- 7 «План Мероприятий»

СКВУ: Разработка

- 1 Постановка Целей выхода на зарубежные рынки
- 2 Определение Показателей [KPI] достижения Целей
- 3 Установление логических (причинно-следственных) связей между Целями
- 4 Определение ответственных за достижение KPI
- 5 Популяризация Стратегической Карты!



СКВУ: Финансовые Цели

Верхний уровень –
Цели Собственников

Что ждёт от бизнеса
Собственник в средне-
или долгосрочной
перспективе?

**Продать
Компанию**

**Владеть
Компанией**

Нижний уровень –
Цели управления

Максимизация
стоимости
Компании

Максимизация
свободного
денежного
потока Компании

Максимизация
прибыли
Компании

Нефинансовые цели
относительно
Компании

Максимизация
стоимости
активов
Компании

Максимизация
объёма продаж (оборота)
Компании

Модель
Валовой прибыли

Модель
Рентабельности

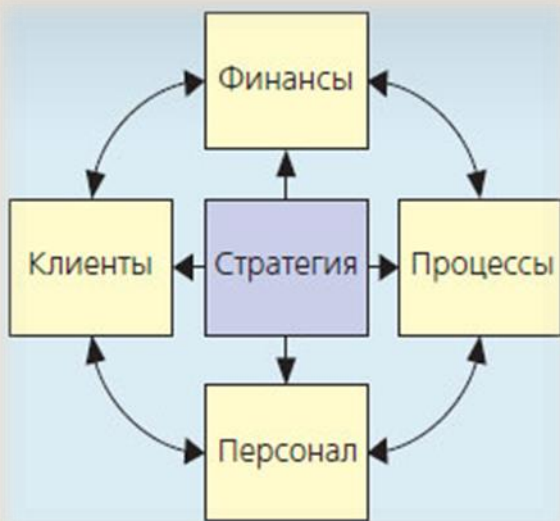
Наращивание активов
компании при жёстком
контроле обязательств

Инвестиции при менее
строгом контроле
задолженностей

Экспорт
высокорентабельных
товаров и услуг

Экспорт высоко
оборачиваемых
товаров

Потребительская ценность [ПЦ]



Примеры ПЦ

Российский покупатель

1. Функционал

- Соответствие товара ГОСТу
- Срок гарантии – от 5-ти лет
- Цена – не выше рыночной на 10%

2. Логистика

- Можно оформить заказ на сайте
- Можно забрать в РЦ в столице Федерального округа

3. Отношения с Клиентом

- Документация с картинками для низкоквалифицированных рабочих
- Могут отгрузить с отсрочкой платежа

4. Имидж, репутация

- Рекомендация бизнесменов своей отрасли
- Товар закупается «ГазПромом»

Покупатель из...

1. Функционал

- XXX
- XXX
- XXX

2. Логистика

- XXX
- XXX

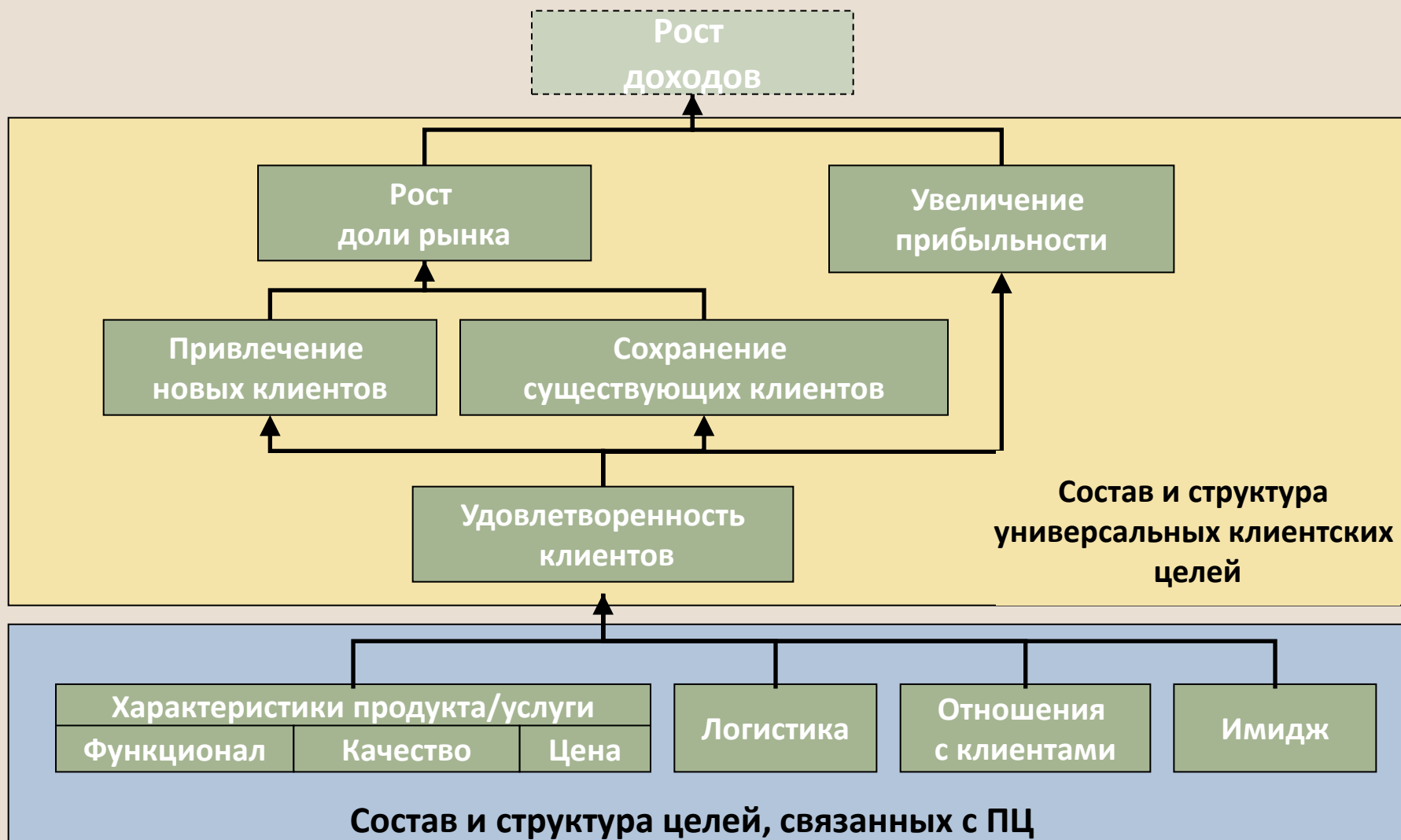
3. Отношения с Клиентом

- XXX
- XXX

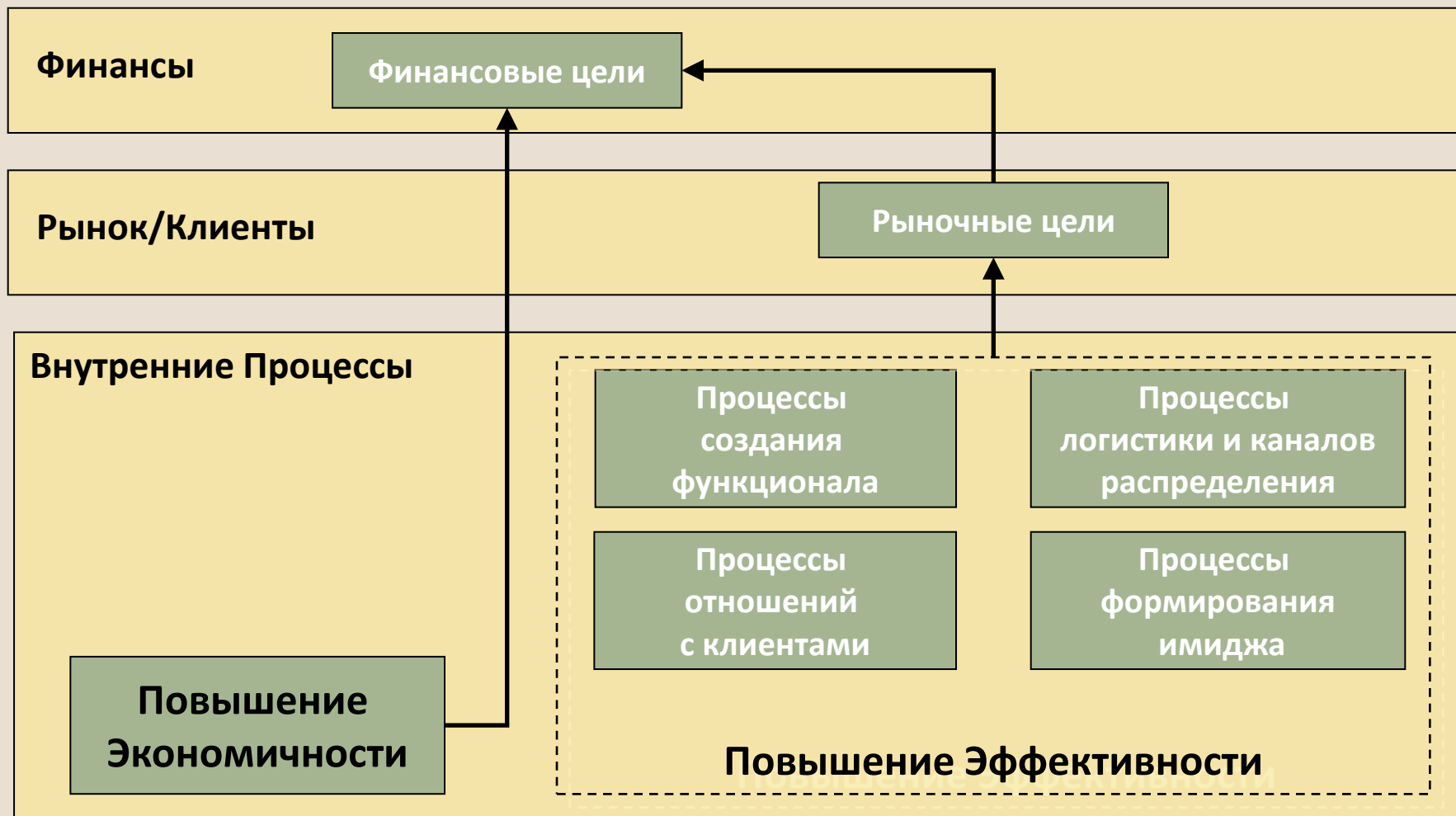
4. Имидж, репутация

- XXX
- XXX

Карта ССП: Перспектива «Рынок/Клиенты»



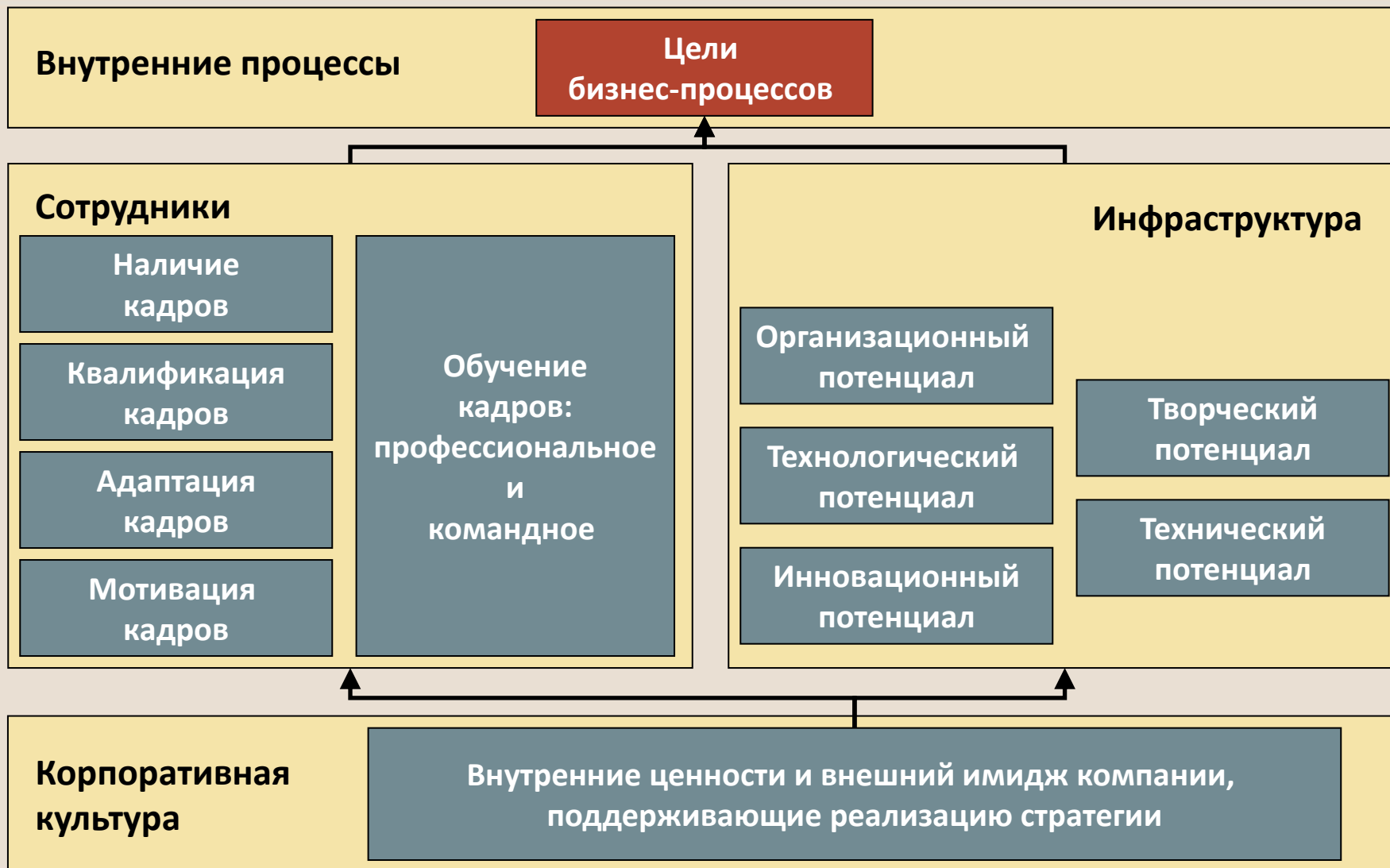
Карта ССП: Перспектива «Внутренние Процессы»



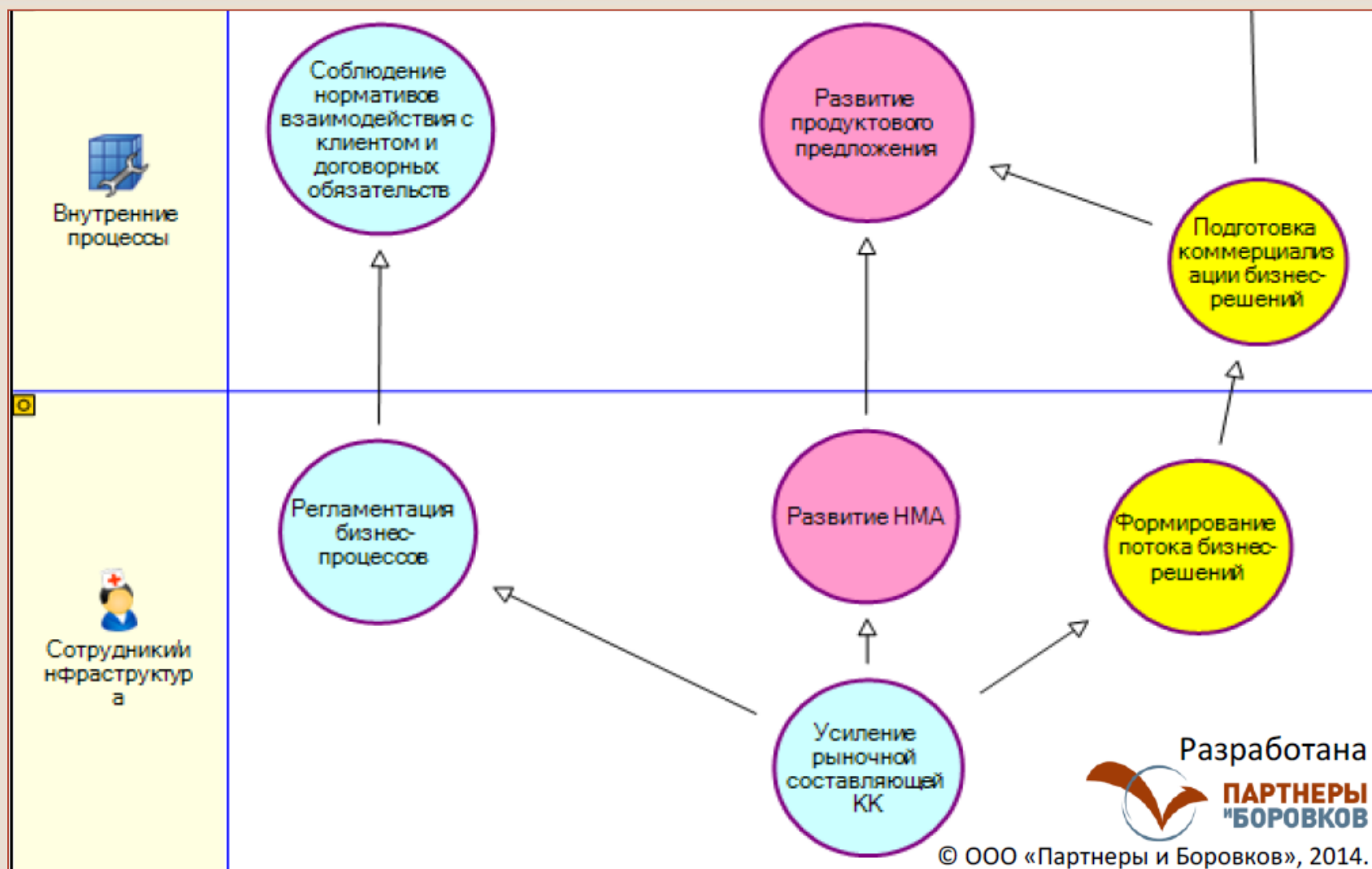
Декомпозиция показателей «Причина-Следствие»



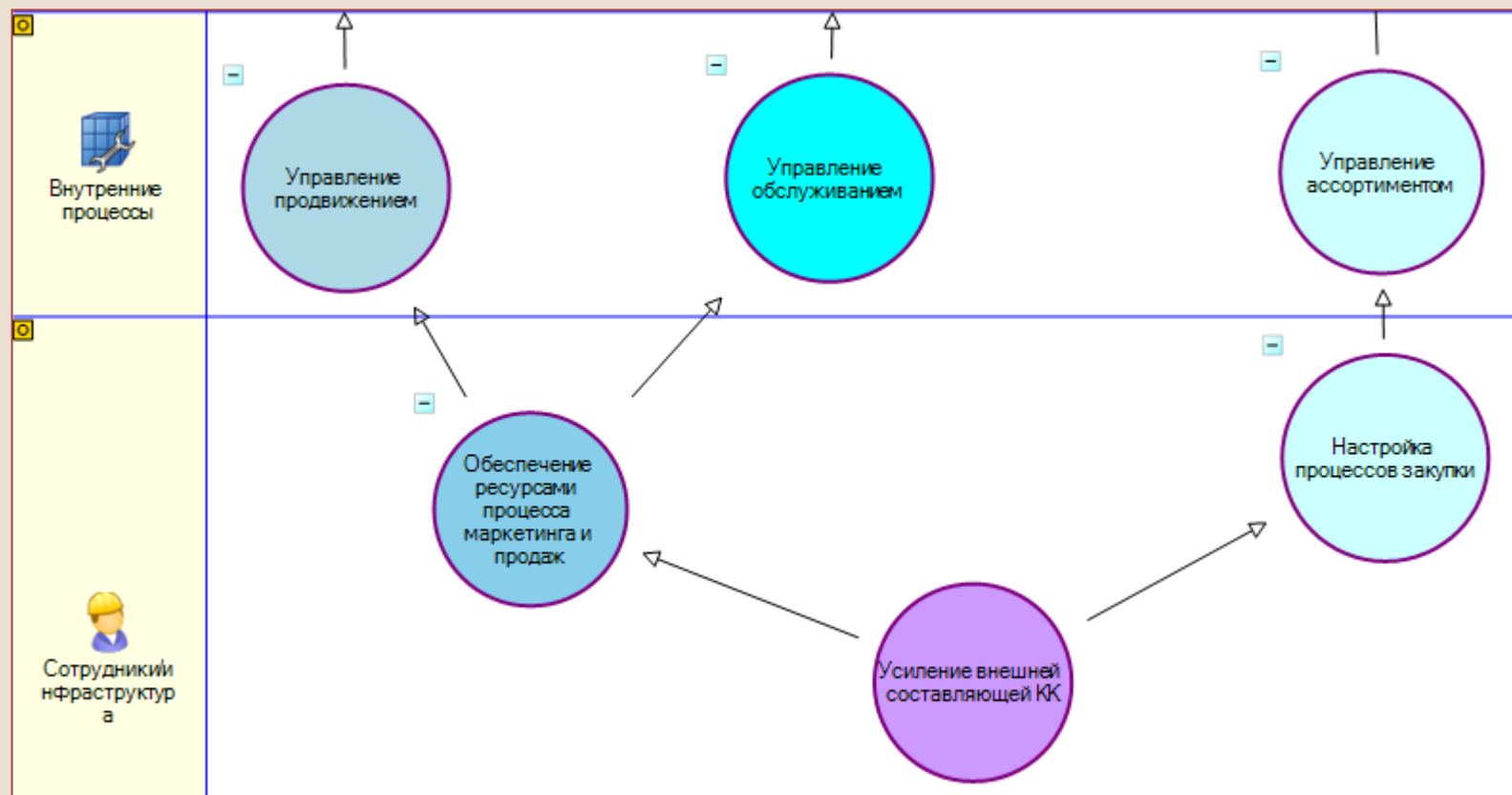
Карта ССП: Перспектива «Сотрудники и Инфраструктура»



Примеры: Машиностроительный экспорт



Примеры: Ритейл модной одежды



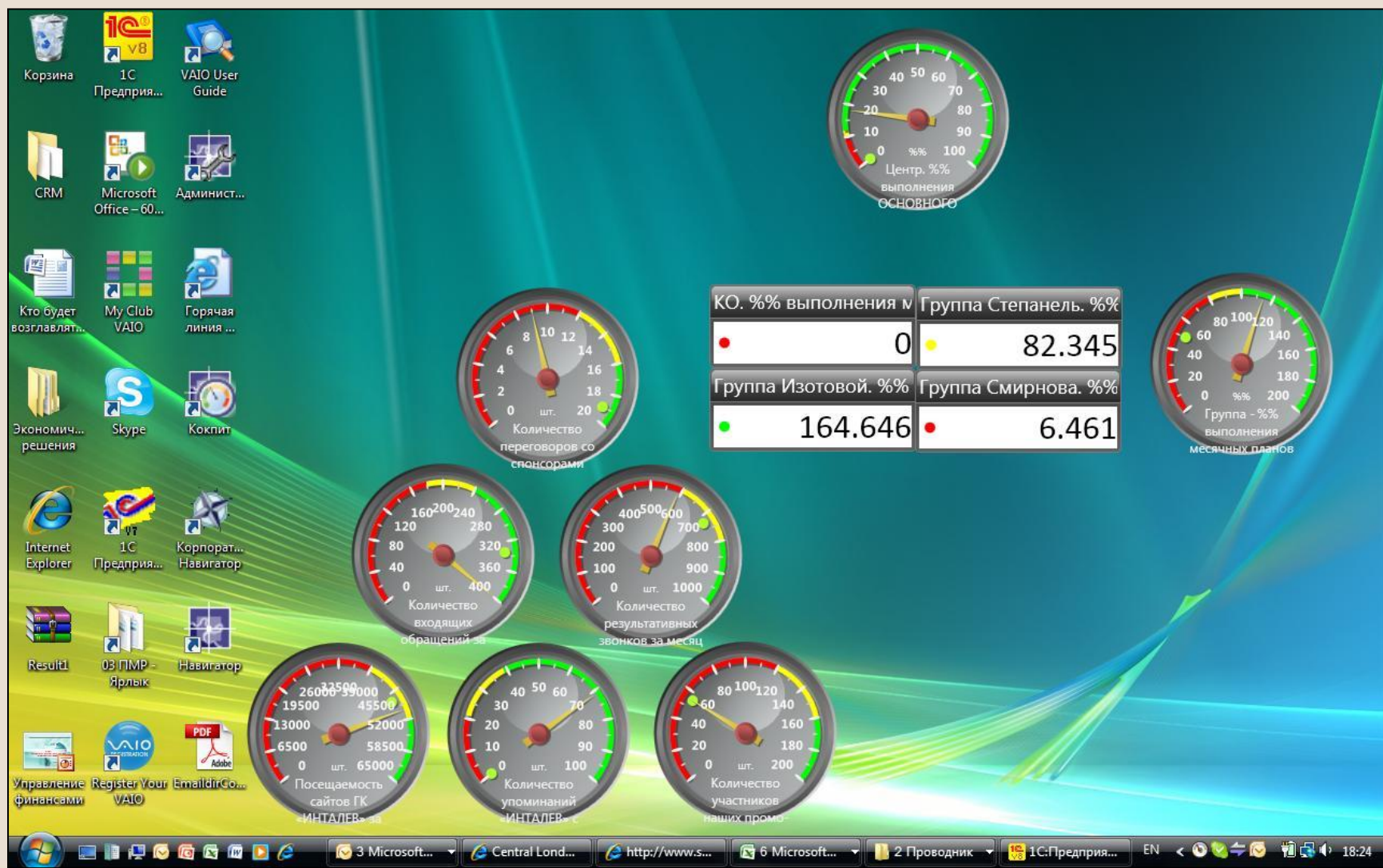
стратегические цели	показатели результирующие	показ. опережающие	Характеристика критерия				
			оптимальное значение (в соответствии с периодом обновления)	критическое занижение	критическое завышение	обоснование критерия	периодичность изменения критерия
Финансы							
Увеличение денежного потока до инвестиций	Денежный поток до инвестиций		20000	19000	—	занижение 5%	раз в полгода
Увеличение валовой прибыли	Валовая прибыль		31680	30096	—	занижение 5%	раз в полгода

«ПЛАН Стратегических Мероприятий»

Цель	Показатель	Мероприятия	Срок/форма реализации
Снижение количества брака в экспортной продукции	%	Внедрение системы качества	Временный процесс (проект)
Снижение количества брака в экспортной продукции	%	Контроль качества	Регулярный процесс (цикл)

Цели и показатели не теряют актуальности после окончания проектной части мероприятий

Рабочий стол Генерального директора



***Вы ведёте Дело.
Мы помогаем быть ему Бизнесом.***



**САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКАЯ ТОРГОВО-ПРОМЫШЛЕННАЯ ПАЛАТА
SAINT-PETERSBURG CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY**



СОЮЗ-ЭКСПОРТ
ОБЩЕСТВЕННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ



**УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ
КОНСАЛТИНГ**



Павел Боровков

генеральный

Санкт-Петербург,
набережная Чёрной Речки, д. 41, корп. 7

+7 (921) 951 03 40

pavel.borovkov@pbltd.ru