



Ефективні експортні стратегії

*Практичні аспекти для експорту та
глобального розвитку.*

Інна Сосновська, керівник напрямку
«Міжнародний розвиток бізнесу»
компанії STRATEGIC

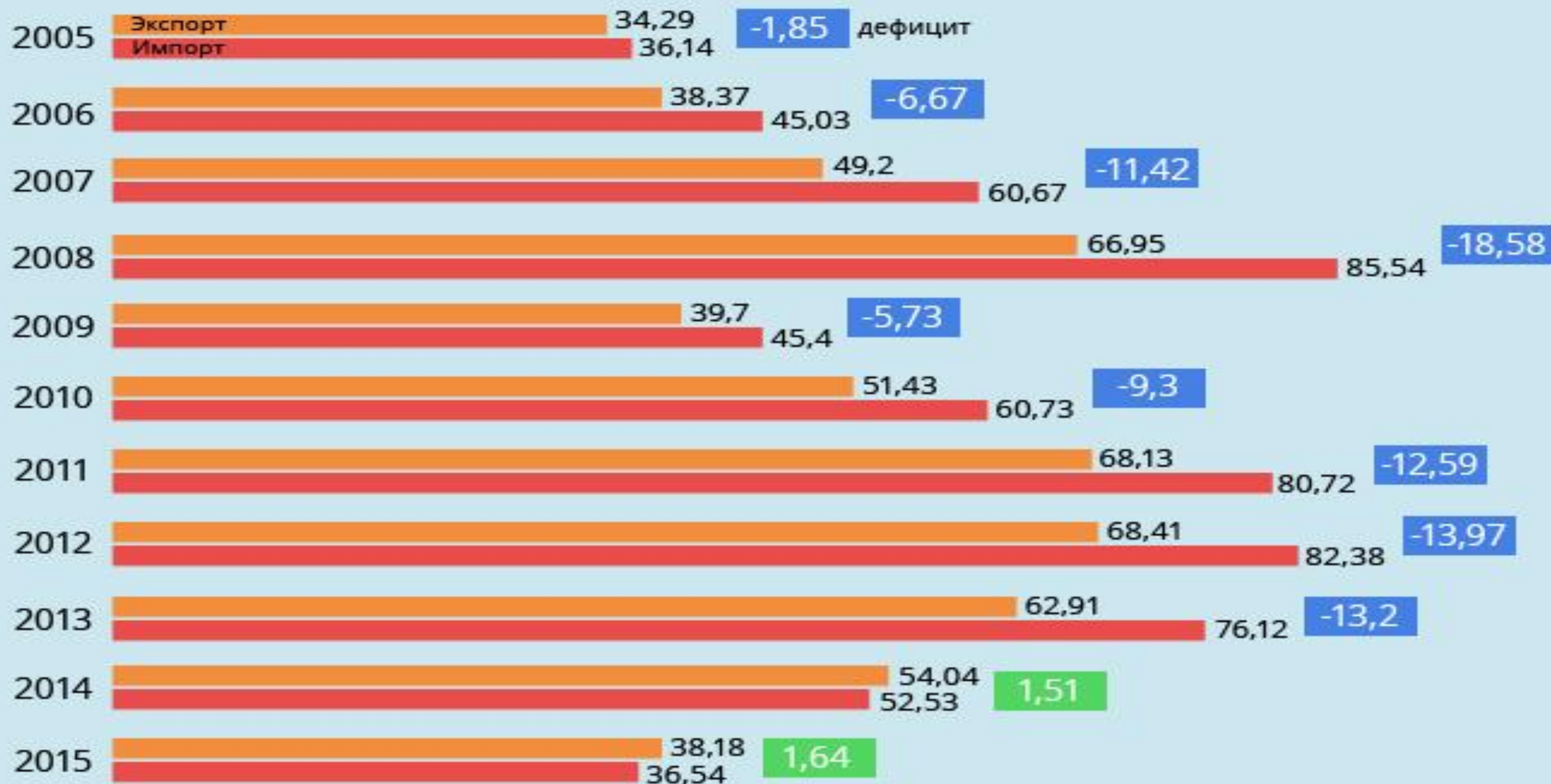
Strategic
international business
development department

ЦІЛІ ТА ОЧІКУВАННЯ



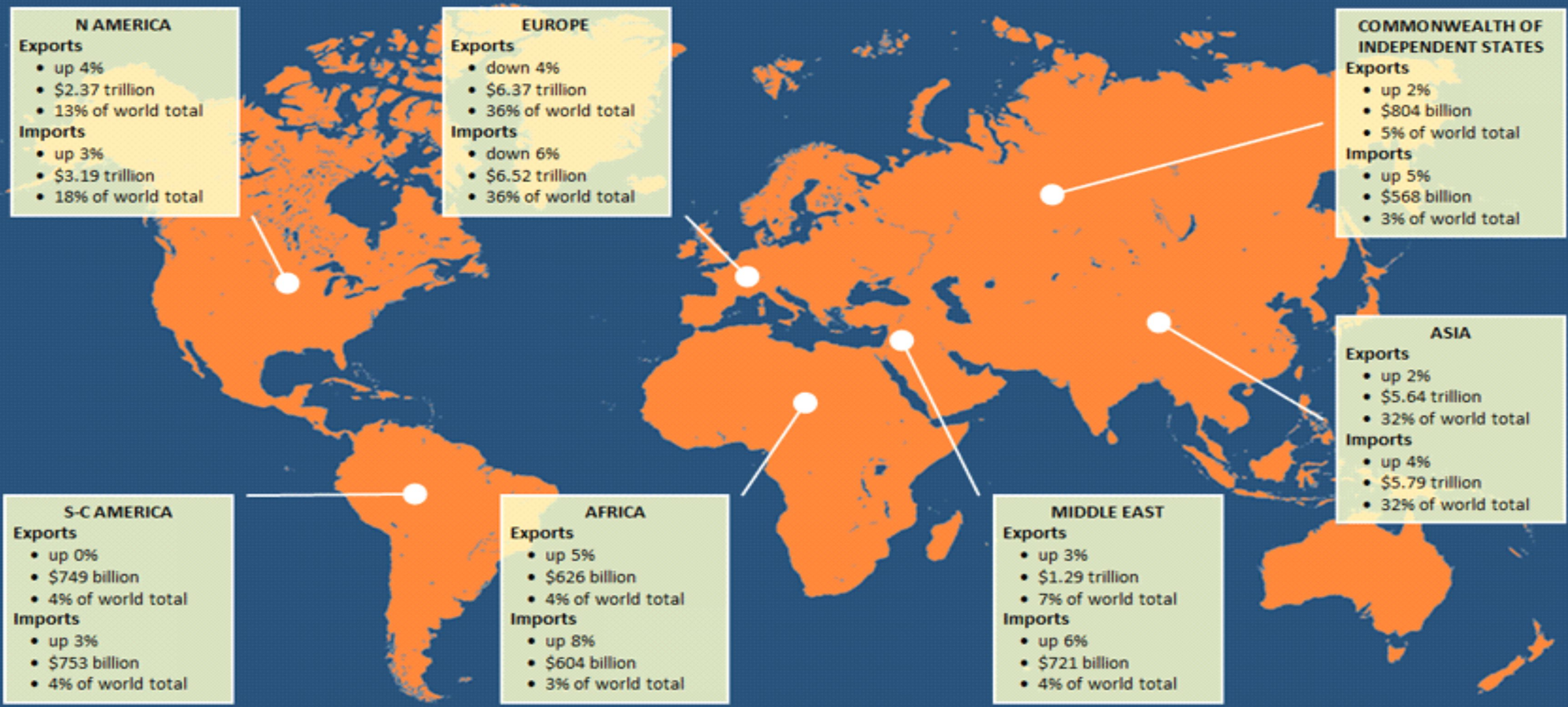
Торг на месте

Импорт и экспорт Украины (млрд. долл.)



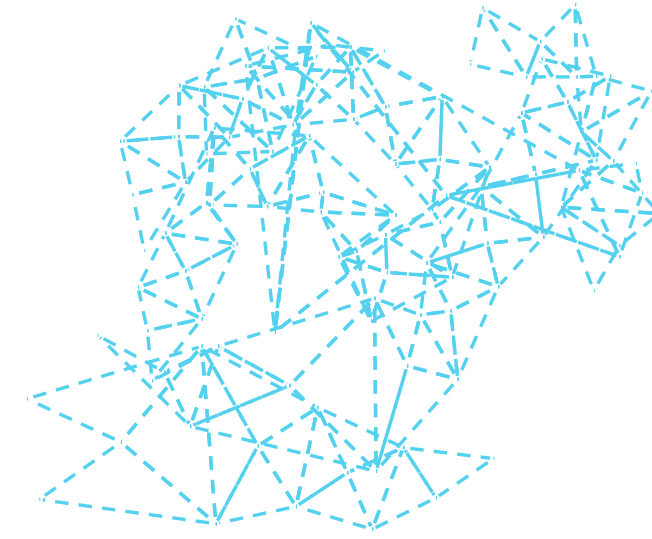
Чому Україна експортно слабка? (без політичної складової)





**МІЖНАРОДНІ МОЖЛИВОСТІ «AS IS»
ВАША КОМПАНІЯ ВИКОРИСТОВУЄ ЇХ?**

Перший викликпро продукт



Відхід від сировинної логіки (в широкому контексті)

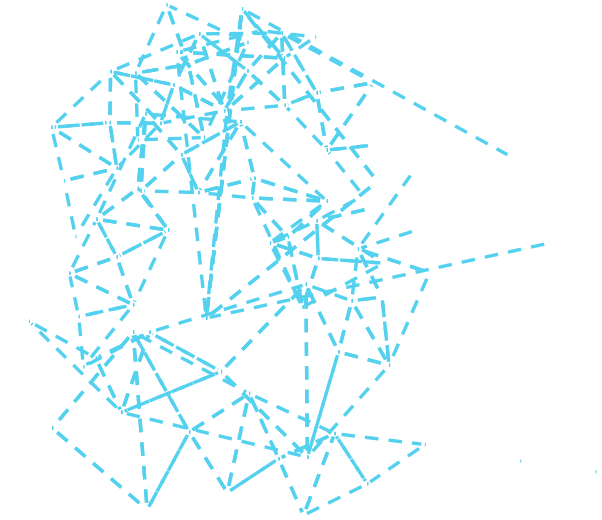
та

створення продуктів (VP)

з цінністю для свого клієнта = з високою доданою вартістю

Другий викликпро культуру та динаміку

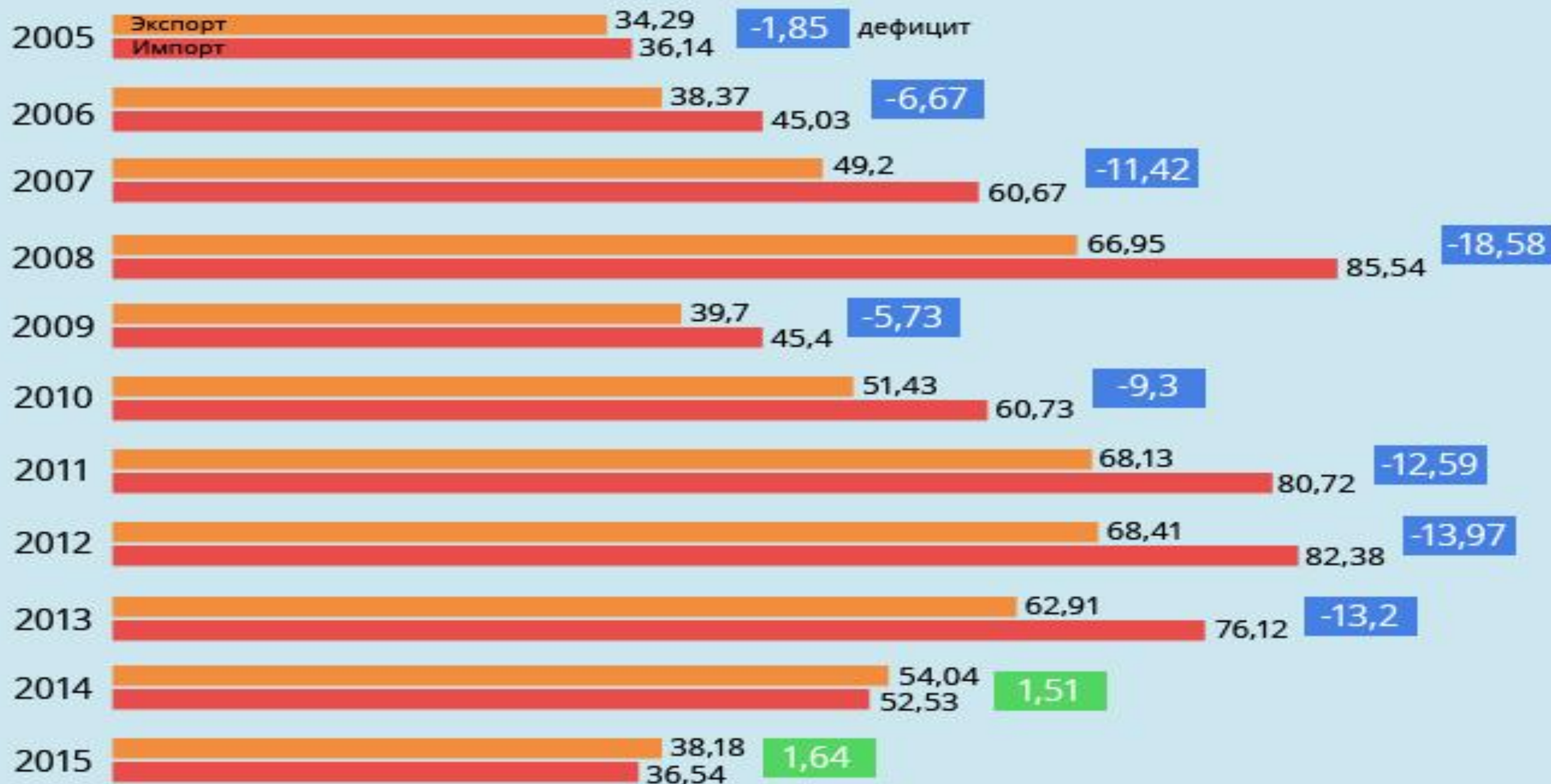
Ознаки нової економіки



- ✓ Ключова ознака сьогодення – **постійні зміни**
- ✓ Головний виклик – **швидкість змін та управління ними**
«Якщо ти змінюєшся повільніше, ніж середовище, ти не можеш не відставати»
- ✓ За рахунок чого компанії виграють конкуренцію:
 - **час, гнучкість та швидкість прийняття рішень**
 - **soft skills та культура**
 - **лідер** (*«Роби, як я говорю» - не працює, «Роби, як я»*) **та його роль в компанії**
(управління талантами, створення відповідних механізмів, клімату в організації)

Торг на месте

Импорт и экспорт Украины (млрд. долл.)



Ефективних експортних пігулок немає

Є мета знайти ефективні альтернативи

Cost/ Time/ Benifit





[ГЛАВНАЯ](#) [МАГАЗИН](#) [МОЙ КАБИНЕТ](#) [БЛОГ](#) [ОПЛАТА И ДОСТАВКА](#) [ВАКАНСИИ](#) [КОНТАКТЫ](#)

[Заказать звонок](#)

[+38 097 728 3000](tel:+380977283000)



[ОХРАННЫЕ ПЛОМБЫ GST В УКРАИНЕ](#) [ВОЙТИ](#)

ВЫБЕРИ ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ ПЛОМБ



ВЫБЕРИ ПЛОМБЫ ПО МАТЕРИАЛУ



[Напишите нам сообщение](#)

Приклади українських компаній, які успішно конкурують на міжнародному ринку експортуючи готову конкурентоздатну продукцію



Компанія: Drone.ua

Сфера діяльності: машинобудування

Продукт: безпілотні літальні апарати

За рахунок чого конкурують: компанія пропонує клієнтам дрон + додаткову ціннісну послугу - обробку інформації отриманої з дрону.

Куди експортують: країни ЄС



Приклади українських компаній, які успішно конкурують на міжнародному ринку експортуючи готову конкурентоздатну продукцію



Компанія: Терра Фуд

Сфера діяльності: харчова

Продукт: молочна продукція (вершкове масло, тверді та плавлені сири, рослинно-вершкові суміші, тощо)

За рахунок чого конкурують: компанія постачає не сировину, а готову для споживання продукцію

Куди експортують: до 40 країн світу. Серед яких: Китай, Грузія, Йорданія, США, Сінгапур, Єгипет, Кувейт, ОАЕ, Казахстан, Північна Корея, Молдова, Сенегал та інші



Приклади українських компаній, які успішно конкурують на міжнародному ринку експортуючи готову конкурентоздатну продукцію



Компанія: фабрика «Орбітал»

Сфера діяльності: легка промисловість

Продукт: скляні ялинкові прикраси

За рахунок чого конкурують:

відстежуючи та слідуючи трендам галузі, компанія експортує якісні та сучасні іграшки

Куди експортують: країни ЄС, країни Балтії, Канада



Приклади українських компаній, які успішно конкурують на міжнародному ринку експортуючи готову конкурентоздатну продукцію



Компанія: ТВ Fruit

Сфера діяльності: харчова

Продукт: концентровані соки (ТМ Galica).

Експортують соки преміум сегменту **За рахунок чого конкурують:** вихідн на західний ринок компанія почала з експорту сокових концентратів. Зараз компанія конкурує на польському ринку у преміум сегменті із соками прямого віджиму у скляній тарі

Куди експортують: Польща



Приклади українських компаній, які успішно конкурують на міжнародному ринку експортуючи готову конкурентоздатну продукцію



Компанія: Кормотех

Сфера діяльності: харчова

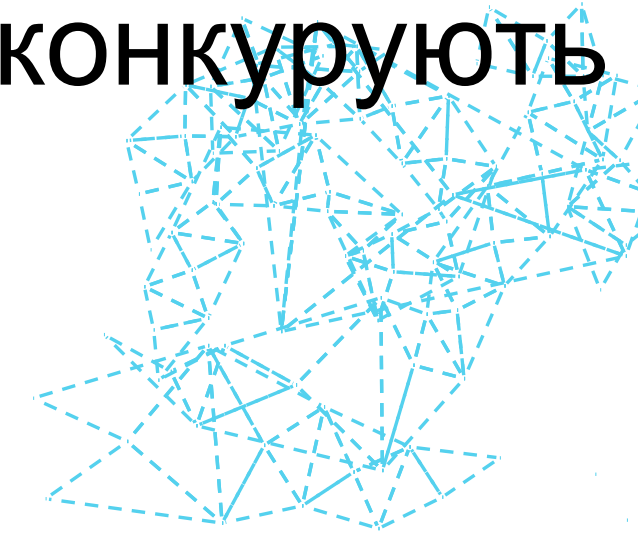
Продукт: корма для тварин

За рахунок чого конкурують: якісний продукт вироблений згідно стандартів та норм ЄС + конкурентна для ринку ЄС вартість.

Куди експортують: Польща, Прибалтика, Франція, Румунія, Болгарія, Греція, Нідерланди

KORMOTEX

Приклади українських компаній, які успішно конкурують на міжнародному ринку експортуючи готову конкурентоздатну продукцію



Компанія: Укрпластик

Сфера діяльності: повний цикл виробництва гнучких пакувальних матеріалів

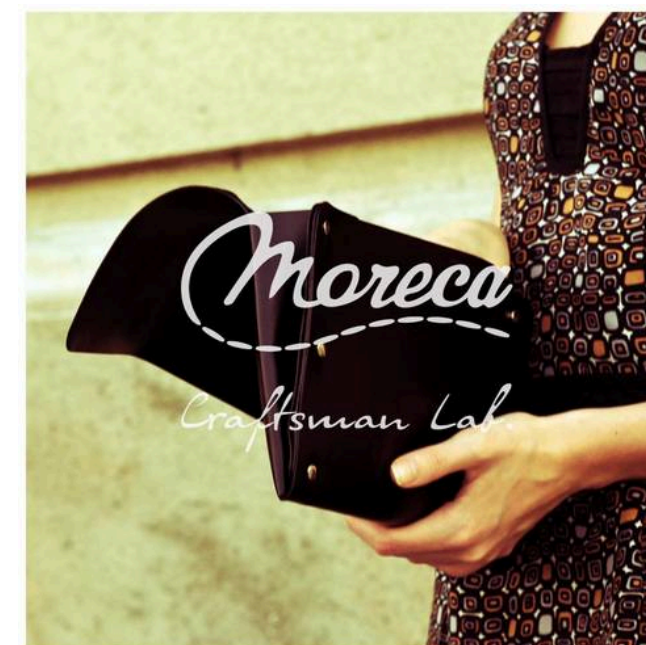
Продукт: упаковка для харчових, фармацевтичних, косметичних тощо продуктів

За рахунок чого конкурують: виробляючи якісну та екологічну упаковку компанія закриває ключову потребу західного партнера – безпеку. Укрпластик упаковує продукцію таких гігантів, як: Nestle, Danone, Mondelez, Coca-Cola, Henkel.

Куди експортують: Центральна та Східна Європа, країни СНД, Африки

UKRPLASTIC 

Приклади українських компаній, які успішно конкурують на міжнародному ринку експортуючи готову конкурентоздатну продукцію



ЩО СТРИМУЄ УКРАЇНСЬКОГО ВИРОБНИКА ЕКСПОРТУВАТИ?



НЕВИСТАЧАЄ ФІНАНСУВАННЯ



Деякі програми фінансової підтримки бізнесу



Європейська комісія

- Програми фінансування

http://eeas.europa.eu/delegations/ukraine/grants_tenders/grants/index_uk.htm



Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР)

- Фінансові послуги (кредитування)
- Консультаційні послуги (Група підтримки розвитку МСБ)

<http://www.ebrd.com/ru/home.html>



Програма COSME – підтримує проекти різноманітної тематики, які включають полегшення виходу на зовнішні ринки, поліпшення умов для конкурентоспроможності, формування культури ведення бізнесу

<http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=38c083f3-2571-466a-9583-3b43c2804ad9&title=ReformaDerzhavnikhZakupivel>

Деякі програми фінансової підтримки бізнесу (2)



ПРООН

- Програма «Зміцнення бізнес-об'єднань малих і середніх підприємств»

http://www.ua.undp.org/content/ukraine/uk/home/operations/projects/poverty_reduction/-----_.html

Німецьке товариство міжнародного співробітництва (GIZ)

- Програма «Doing business with GIZ»

https://www.giz.de/en/html/doing_business_with_GIZ.html#



CUTIS: Канадсько-український проект підтримки торгівлі та інвестицій

<https://www.facebook.com/CUTIS2016/>

Деякі програми фінансової підтримки бізнесу (3)



Проект ПРОМІС: «Підтримка розвитку і підвищення ефективності діяльності малих та середніх підприємств»

<http://pleddg.org.ua/ua/pro-promis/fokus-promis/>



Рамкова програма ЄС «Горизонт 2020»

Програма підтримки агропродовольчого сектору та сільського господарства

<http://2020.pntu.edu.ua/about>



Western NIS Enterprise Fund (WNISEF) – фонд із капіталом у розмірі 150 мільйонів доларів США, що інвестує у підприємства малого та середнього бізнесу в Україні та Молдові.

<http://www.wnisef.org/ua/>

Деякі програми фінансової підтримки бізнесу (4)



East Invest - це регіональний проект поліпшення інвестиційно-торговельної середовища, спрямований на економічний розвиток Східного регіону добросусідства, запущений в рамках Європейської ініціативи Східного партнерства. Він спрямований на організацію підтримки бізнесу і підприємства малого і середнього бізнесу в шести країнах Східного партнерства (Вірменія, Азербайджан, Білорусь, Грузія, Республіка Молдова, Україна), які мають потенціал розвитку взаємного співробітництва та інвестиційних відносин з Європейським Союзом.

http://www.east-invest.eu/ru_RU/glavnaya-straniza

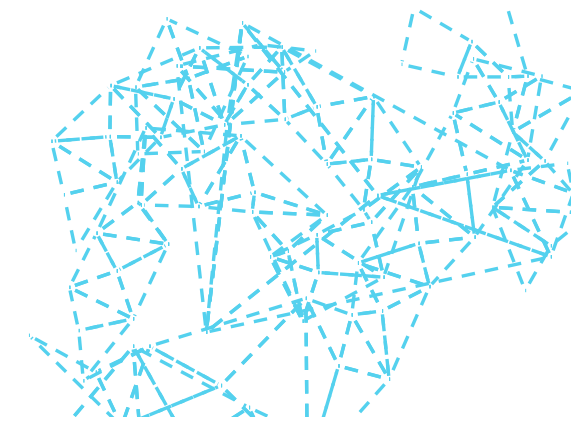
ЯК ЗНАЙТИ ЦІЛЬОВОГО КЛІЄНТА



АНАЛІЗУЄМО:

- ✓ ІСТОРИЧНО ЯКИЙ ТИП КЛІЄНТА ДЛЯ КОМПАНІЇ БУВ ЦІЛЬОВИМ
- ✓ СТРУКТУРУ МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ТА ГРАВЦІВ = ПОТЕНЦІЙНИХ КЛІЄНТІВ КОМПАНІЇ

НАБИРАЄМОСЬ СМІЛИВОСТІ ТА ВИЗНАЧАЄМО СВОГО КЛІЄНТА



Where To Buy a Masonite Door

So, you want to buy a Masonite door... but where? Masonite doors are available through thousands of local dealers and home centers. To locate a Masonite dealer or home center near you, simply key in your zip/postal code into the space provided, click search and we'll provide a list of dealers and home centers in your area. You can also find a dealer or home center through our product gallery.

Postal Code *
33609

I Am A... *
Builder
Homeowner
Builder
Professional Remodeler
Architect
Interior Designer
Distributor
Retailer
Dealer

Product Type *
Select

Intended Use *
Select

* Required Fields

I want to receive Emails / ma

RESET SEARCH

Основні категорії клієнтів:

- Власник будинку
- Професійний дизайнер - «перемодельєр»
- Архітектор
- Дизайнер інтер'єрів
- Дистрибутор
- Рітейлер
- Ділер












ЯК ПРОДАВАТИ



АЛЬТЕРНАТИВА 1

**САМОСТІЙНО ШУКАЮ МІЖНАРОДНИХ ПАРТНЕРІВ ТА
КЛІЄНТІВ**

ПРИСКОРЮВАЧИ ВИХОДУ: БЕНЧМАРК КОННЕКТ-ПЛОЩАДОК

НАЗВАНИЕ. WEB-АДРЕС	ЛОГО	КРАТКАЯ ИНФО	СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ				ФОКУС				ПРИСУТВИЕ		
			Промо/ маркетинг	Трейд	Информация	Сотруд- ничество	Товары	Бизнес- развитие (B2B match)	Создание/ развитие экосисте- м	Государ- ство	Оффлайн	Онлайн	
http://www.alibaba.com/		С 1999г., 40 категорий товаров, 190+ стран, 100k+ сообщений/день		X			X						X
http://www.ec21.com/		с 1997г., 1 млн покупателей, 350 тыс. производителей, 185+ стран	X	X			X						X
http://www.thomasnet.com/		700 тыс+ поставщиков, 67000 категорий товаров и услуг		X			X						X
http://www.tradeindia.com/		с 1990г., 30 млн+ зарегистрированных пользователей, 2219 категорий		X			X						X
www.eu-gateway.eu		с 1990г., 3870 европейских компаний в 20 различ. бизнес-секторах, количество японско-корейских представителей - 28000	X			X		X				X	
http://www.clustercollaboration.eu/		420 кластерных игроков				X		X	X			X	X
http://www.tci-network.org/		9,000 практикующих экспертов из агентств по развитию, правительственных ведомств, кластерных организация, университетов, компаний и др. организации из более чем 110	X			X		X	X			X	X
http://www.atcluster.org/		6 партнеров из 4 стран ЕС акватории Атлантического океана				X			X			X	
http://een.ec.europa.eu/		600 организаций участников, за 1 год 22 тыс встреч				X		X	X			X	X
www.novertur.com/		Novertur - онлайн бизнес matchmaker и B2B сеть, посвященная развитию международного бизнеса малых и				X		X					X
www.matchdeck.com/		Международная интеллектуальная match платформа				X		X					X

international business development department

ПРИСКОРЮВАЧИ ВИХОДУ: БЕНЧМАРК КОННЕКТ-ПЛОЩАДОК

НАЗВАНИЕ. WEB-АДРЕС	ЛОГО	КРАТКАЯ ИНФО	СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ				ФОКУС				Оффлайн	Онлайн
			Промо/ маркетинг	Трейд	Информация	Сотруд- ничество	Товары	Бизнес- развитие (B2B match)	Создание/ развитие экосисте- м	Государ- ство		
http://corporate.europages.co.uk/		Возраст: 30 лет+, 20 европейских стран	X			X			X			X
www.daonong.com		фокус на устойчивости бизнеса в Китае; ежегодно участвует более 1000 гостей из Китая и иностранцев (большинство топ-50 лидеров Китая присутствуют и выступают)				X			X			X
http://websummit.net		"Technology conference". Главный подкад к проведению мероприятия: использование принципов Социальной сети: 20 000 участников в 2014 году	X			X			X			X
http://www.insme.org/		96 пользователей в 42 странах на 4 континентах: 17 правительственных органов, 19 МО, 8 международных НПО и представители 52 сетей, работающих в области инноваций и трансфера технологий для SME				X			X			X
http://www.baia-network.org/		Открытая бизнес сеть, созданная и работающая для профессионалов, предпринимателей и менеджеров, работающих между Италией-США				X			X			X
http://www.nrcc.no/		Норвежско-российская торговая палата. 140 членов, представляющих различные сектора экономики				X			X			X
http://www.cluster-excellence.eu/eccp.html		Собирает самых опытных лиц и организации в Европе, чтобы определить и создать значимый набор показателей качества и процедур экспертной оценки для управления кластером.			X				X			X
http://www.clusterservatory.eu/		Является единой точкой доступа для статистической информации, анализа и отображения кластеров и кластерной политики в Европе.			X				X			X

АЛЬТЕРНАТИВА 2

СПІВПРАЦЯ З ПРОФЕСІЙНИМ ДИСТРИБУТОРОМ



INTERNATIONAL TRADE HUB –
майданчик для зростання міжнародних продажів



Організація міжнародного продажу «під ключ» (через дистриб'ютора-експортера)

- Міжнародний продаж
- Маркетинг
- Логістика
- Супровід ЗЕД
- Податкове планування
- Сертифікація

Організація міжнародного продажу через іноземного партнера

- Міжнародний продаж
- Маркетинг

Пошук нових міжнародних клієнтів (прямі контракти)

- Міжнародний продаж

АЛЬТЕРНАТИВА 3

ТЕНДЕРИ (ДЕРЖАВНІ ТА КОМЕРЦІЙНІ)

Government Procurement Agreement (GPA)



Plurilateral agreement within the framework of the WTO. **Specifies the framework requirements for public procurement of countries that are Parties to the GPA**



Mutually open government procurement markets among its parties.

**\$1.7
trillion**

Access to \$1.7 trillion procurement market



46 Members

EU-28, USA, Canada, Armenia, Bulgaria, Romania, Croatia, Hong Kong, Iceland, Israel, Japan, Rep. of Korea, Liechtenstein, Montenegro, Aruba, New Zealand, Norway, Singapore, Switzerland, Taipei, (Ukraine).



ГОЛОВНЕ ПИТАННЯ ЕКСПОРТЕРА



Цілі компанії

Стеля на ринку України, треба йти далі ...



Транснаціональна компанія

Масштаб та ефективність бізнесу без глобального розвитку неможливий ...



ЕКСПОРТ

**МІЖНАРОДНИЙ
РОЗВИТОК**

В чому різниця?

ЕКСПОРТ

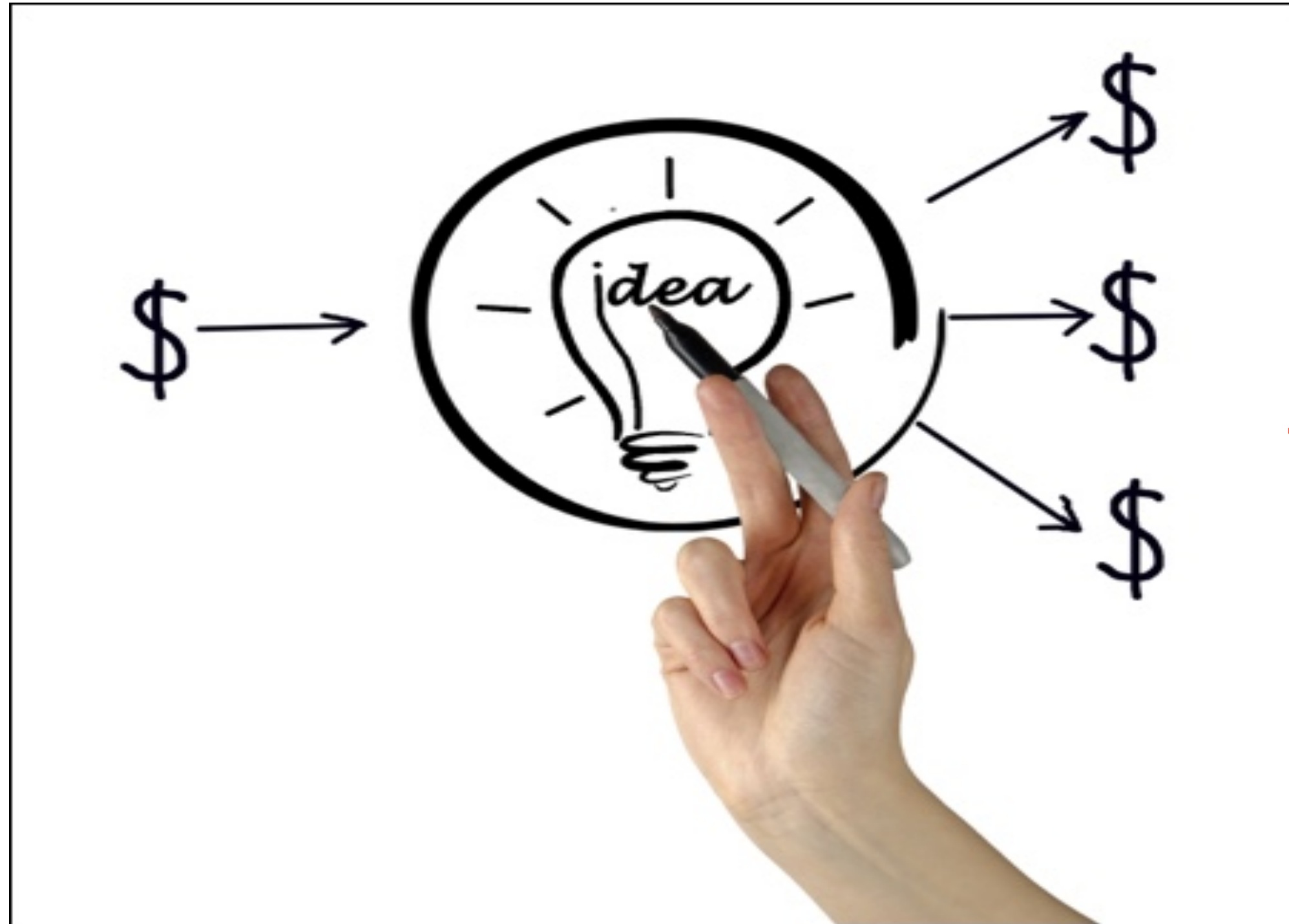


Продукт/Клієнт-Експортна модель

МІЖНАРОДНИЙ РОЗВИТОК



**Ідея-Фішка-Продукт (в широкому контексті)-
Клієнт-Модель розвитку.**



New STRATEGIC IDEA!



New STRATEGIC IDEA!



Produkte

Räume

Standorte

Küche



**Mehr Grün für dein Zuhause?
Natürlich geht das.**



New IDEA!

NETFLIX [Sign In](#)

See what's next.
Watch anywhere. Cancel anytime.

[Join Free for a Month](#)

The advertisement features a close-up of white headphones on a wooden surface. In the foreground, a smartphone displays the Netflix interface, showing the 'NETFLIX ORIGINAL' logo and a person's profile picture.

ЕКСПОРТ

Шукаємо ринок/ клієнтів?





Компанія: «Кондитерская фабрика «Ярыч»

Сфера діяльності: харчова

Продукт: зтяжне печиво та крекер.

Куди експортують: Польща



Компанія: Терра Фуд

Сфера діяльності: харчова

Продукт: молочна продукція (вершкове масло, тверді та плавлені сири, рослинно-вершкові суміші, тощо)

За рахунок чого конкурують: компанія постачає не сировину, а готову для споживання продукцію

Куди експортують: до 40 країн світу. Серед яких: Китай, Грузія, Йорданія, США, Сінгапур, Єгипет, Кувейт, ОАЕ, Казахстан, Північна Корея, Молдова, Сенегал та інші



ЕКСПОРТ

Шукаємо ринок/ клієнтів? **Що пропонуємо?**



Аудит бізнес-активів та експортного потенціалу Компанії



- Мій продукт
- **Моя компетенція**
- Вимоги власника або першої особи

- **Ринок «as is»:**
 - ✓ росте/ падає (причини? ніша?)
 - ✓ мій продукт зростає/ має популярність?
 - ✓ обсяг: власний ринок/ експортер
 - ✓ мій клієнт* – мотив споживання та незакрита проблема = співпадання інтересів
 - ✓ конкуренція та перепони
- **Ринок «to be»:**
 - ✓ тренди
 - ✓ ризики

Анкета експортера

Дайте відповідь на ці ключові запитання перш ніж ви почнете експортну діяльність

0. В якому стані знаходиться компанія зараз? Фінансові, ринкові результати в динаміці, організаційна ефективність, культура.

2. Коренева компетенція компанії

2.1. Який продукт був найпершим в компанії?

2.2. Продуктова лінійка. Опишіть усі наявні продукти/послуги, які компанія надає роздрібним, оптовим клієнтам, дилерам, тощо.

2.3. Який зараз у компанії продукт-флагман?

2.4. Конкурентні переваги продукту

3. Показники стійкості компанії

3.1. Чи були системні зміни всередині компанії? Якщо так, то коли і які?

3.2. Сильні та слабкі сторони компанії

3.3. Конкурентні переваги компанії

3.4. Чи були кризові частини в компанії та з чим вони були пов'язані?



Анкета експортера

4. Точки росту компанії

4.1. Чи є на Вашу думку сильні, не розкриті сторони компанії

5. Потенціал продукту компанії на міжнародних ринках

5.1. Продукт, з яким Ви плануєте виходити на міжнародні ринки

5.2. Наскільки продукт є масовим?

5.3. Потенційні обсяги виробництва в місяць

5.4. Хто є поточним споживачем продукту?

5.5. Хто, на Ваш погляд, може бути потенційним міжнародним клієнтом?

5.6. В чому фішка продукту?

6. Мотиви виходу на міжнародні ринки

6.1. Мета виходу на міжнародні ринки

6.2. Чи вела компанія експортні контракти раніше? Якщо так, які саме?

Чому не продовжено їх дію?



Анкета експортера

- 6.3. Наявність поточних експортних контрактів?
- 6.4. Які сертифікати (українські або міжнародні) має продукт/виробництво?
- 6.5. Ваше бачення щодо географії міжнародного розвитку компанії
- 6.6 Чи є в структурі компанії міжнародний відділ продажу
- 6.7. Оцініть готовність компанії до інвестиції пов'язаних з міжнародним розвитком
- 6.8. Що компанія готова вкласти для отримання результату від проекту?
- 6.9. Готовність брати участь у тендерах. Чи мала компанія такий досвід раніше?
- 6.10. Хто є ініціатором проекту?
- 6.11. Хто є клієнтом проекту або в чиїх інтересах повинен бути виконано проект?
- 6.12. Керівник проекту з боку компанії
- 6.13. Кого Ви вважаєте необхідним включити в проекту групу?
- 6.14. Чому бажаєте співпрацювати з професійною організацією, а не самостійно виходити на нові ринки?

7. Межі допустимих змін у компанії



RESULT?



Ефективних експортних пігулок немає

Є мета знайти ефективні альтернативи

Cost/ Time/ Benifit





EXPORT STRATEGY

Target

СИСТЕМНЫЕ, ПОСТОЯННЫЕ
МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПРОДАЖИ

MODEL STRATEGIES

GEOGRAPHICAL STRATEGIES
Оператор/ участник на территории

- Целевая география
- Модель оператора выхода на территорию
- VP для целевого клиента

CLIENT'S STRATEGY
Client's focus

- PL
- *Project supplier*
- *Contract producer*

PARTNERS STRATEGY
*Владелец сетки
Партнер
(Representatives в разной географии)*

- Целевая география
- VP под конкретный регион/ партнера
- «Портрет партнера»
-

Implementation

ANALYTICS

- Тренды
 - Рынки
 - Экспортные базы
- ↓
- Зоны роста/ развития

АПРОБАЦИЯ

- Структура рынка
- *Key sales, goods clients*
- *Product*



Ефективних експортних пігулок немає

Є мета знайти ефективні альтернативи

Cost/ Time/ Benifit



Дорожня карта

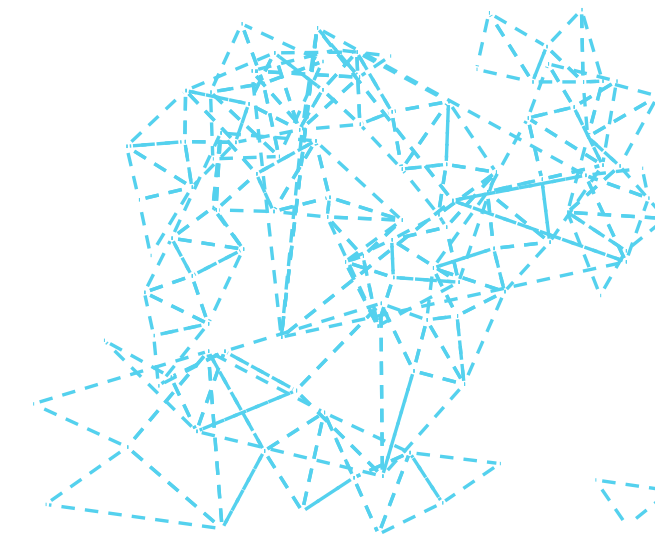
1. **З Чим** та куді
виходити?

2. Як виходити?
Бізнес-модель

3. Перші підключення
...

4. Адаптуємо компанію
та налаштуємо на
міжнародність

Як виходимо на ринок? Шукаємо гіпотезу



Амбіції мого бізнесу?

Яка моя коренева компетенція?

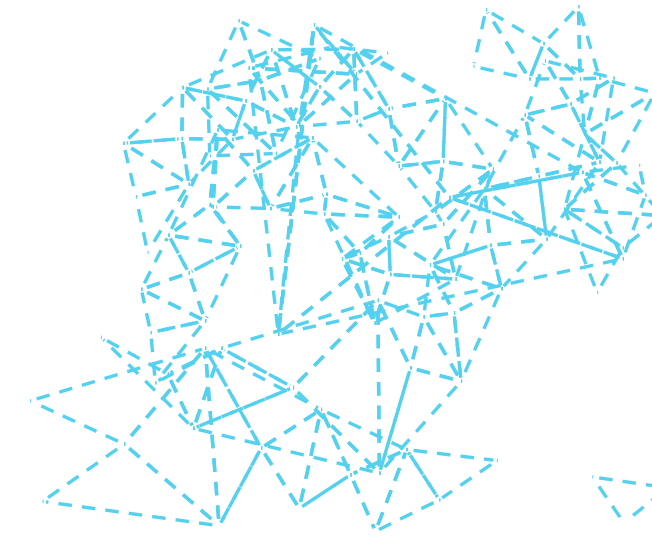
В чому Value для мого клієнта? –

Чи може бути моя цінність поза фізичного продукту
(сервіс, логістика, гарантійне обслуговування і т.п.) ?

Які ризики я готов на себе взяти, при різних моделях?

Економіка

Обираємо ринок



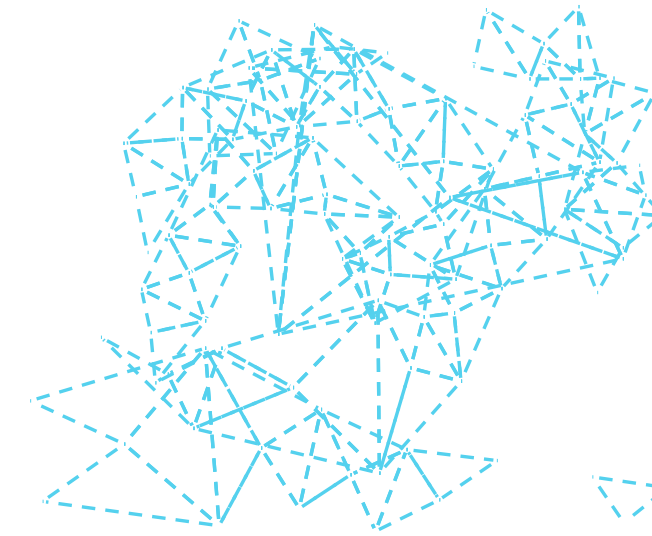
- Мій продукт
 - **Моя компетенція**
 - Вимоги власника або першої особи
- **Ринок «as is»:**
 - ✓ росте/ падає (причини? ніша?)
 - ✓ мій продукт зростає/ має популярність?
 - ✓ обсяг: власний ринок/ експортер
 - ✓ мій клієнт* – мотив споживання та незакрита проблема = співпадання інтересів
 - ✓ конкуренція та перепони
 - **Ринок «to be»:**
 - ✓ тренди
 - ✓ ризики

Worldwide consumers trends

Можливість переосмислити ключові аспекти у моєму бізнесі



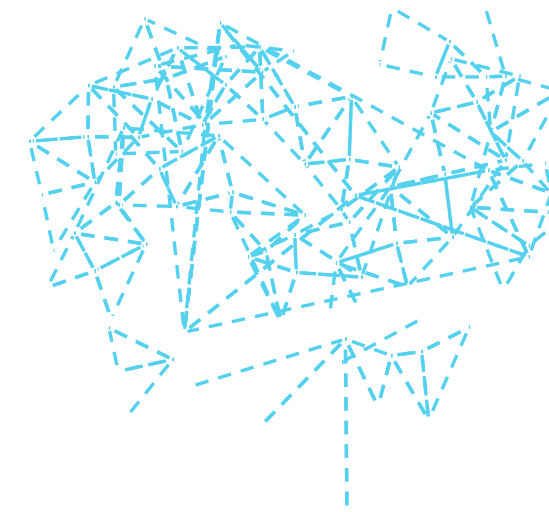
- Пошук справедливої ціни
- Доступністю стилю замість розкоші
- Еко
- Універсальність
- Відмова від фундаментальності покупки



NEXT STEP?

Як виходимо на ринок – шукаємо гіпотезу?





Знайти найбільші, **зростаючі**
та
найбільш **прибуткові** ринки
для Ваших товарів та послуг

Дорожня карта

1. З Чим та куді
виходити?

2. Як виходити?
Бізнес-модель

3. Перші підключення
...

4. Адаптуємо компанію
та налаштовуємо на
міжнародність

RESULT?



Що є результатом?



Системна МОДЕЛЬ МІЖНАРОДНОГО РОЗВИТКУ:

- Чіткі цілі та модель присутності у країні
- Бізнес модель заснована на реальних контрактах з повторними продажами
- Команда та структура

ЗАПРОШУЄМО ДО СПІВПРАЦІ

ІННА СОСНОВСЬКА,
КЕРІВНИК НАПРЯМКУ МІЖНАРОДНОГО
РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ

e-mail: is@strategic-ua.com

тел.: +38 044 221 50 33

моб: +38 067 238 94 24

Київ, вул. Верхній Вал, 4-В, офіс 221-222

Strategic
international business
development department

ВИХІД
НА МІЖНАРОДНІ
РИНКИ

СТРАТЕГІЧНИЙ
КОНСАЛТИНГ

ТИМЧАСОВЕ
УПРАВЛІННЯ