

AUTODIAGNOZA POTENCJAŁU EKSPORTOWEGO



GOTOWOŚĆ DO EKSPORTU: DIAGNOZA OBECNEJ SYTUACJI FIRMY

Analiza bieżącej działalności pomoże określić działania niezbędne do rozszerzenia działalności na rynki globalne. Przyjrzyj się teraz, gdzie jesteś dzisiaj ... i gdzie musisz iść, aby być gotowym na eksport.. To zwiększy szanse Twojej firmy na sukces.

1. Definiowanie korzyści i zagrożeń związanych z międzynarodową ekspansją firmy

Zacznij od burzy mózgów i stwórz listę korzyści i zagrożeń wynikających z rozszerzenia działalności Twojej firmy na rynki zagraniczne. Określ prawdopodobieństwo sukcesu na rynkach międzynarodowych na podstawie aktualnych założeń dotyczących: 1. Twojej firmy, 2. produktów Twojej firmy, oraz 3. wiedzy rynkowej.

Korzyści:	Kompromisy:
• dywersyfikacja rynków, uniezależnienie od wahań na rynku krajowym • zwiększenie produkcji i obrotów, co prowadzi do rozwoju firmy • zwiększenie konkurencyjności • szybsze dostosowanie się do zmian zachodzących w branży • łatwiejsze wprowadzanie innowacji i wymiana parku maszynowego (finansowanie eksportu) • zmniejszenie kosztów jednostkowych • poprawa jakości oferowanych produktów • wprowadzenie nowych produktów do oferty	• Rozwój eksportu wymaga zasobów kadrowych i finansowych • Niektóre produkty należy dopasować do rynków zagranicznych • Będą konieczne zmiany organizacyjne i procesowe • Kadra powinna zdobyć wiedzę i kompetencje z zakresu eksportu. • Należy uruchomić dodatkową produkcję dla zamówień eksportowych • Nowe przedsięwzięcie może być czasochłonne

Planując rozpoczęcie lub rozwój eksportu zawsze warto określić korzyści i ewentualne konieczności wprowadzenia zmian (kompromisy)

Co oznacza kompromis ?

Jednym z podstawowych zagadnień ekonomicznych jest problem podejmowania optymalnych decyzji. Idea optymalnego zarządzania zasobami i procesami związana jest z ideą trade-off. Zwrot ten trudno jest przetłumaczyć na język polski, ale odpowiada naszemu „coś za coś” o - najprościej rzecz ujmując - polega na szukaniu najlepszych rozwiązań z punktu widzenia całości.

Jeśli rozpoczniesz eksport będziesz musiał zwiększyć zasoby kadrowe, nakłady na marketing, zwiększyć produkcję i wykonać wiele innych niezbędnych działań.

Czy eksport staje się wówczas dla Ciebie korzystny ?



Ekspansja: Czy masz potencjał eksportowy?

Kliknij w ikonkę i wypełnij arkusz roboczy.

2. Analiza biznesowa firmy

Identyfikacja możliwości zaczyna się od pogłębionej analizy obecnej działalności biznesowej firmy w celu określenia możliwości rozwoju poprzez eksport. Oznacza to diagnozę firmy i jej zasobów w kluczowych obszarach funkcjonowania.

Odpowiedz na pytania:

1. Czy Twoja firma ma produkt lub usługę, która została z powodzeniem sprzedana na rynku krajowym?
2. Czy Twoja firma ma plan rozwoju z określonymi celami i strategiami?
3. Czy Twoja firma ma wystarczającą zdolność produkcyjną, aby rozszerzać rynki zbytu?
4. Czy Twoja firma jest w stanie zapewnić taki sam poziom obsługi klientów zagranicznych jaki oferuje klientom krajowym?
5. Czy firma ma środki finansowe, aby aktywnie wspierać wprowadzanie produktów do obrotu na rynkach zagranicznych? (np. udział w targach, misje , podróże zagraniczne, marketing na rynkach eksportowych, inne)
6. Czy Twoja firma ma odpowiednią wiedzę w zakresie poszukiwania kontrahentów za granicą?
7. Czy Twoja firma ma odpowiednią wiedzę w zakresie modyfikowania opakowań i składników produktu w celu spełnienia obcych przepisów importowych i preferencji kulturalnych?
8. Czy firma ma odpowiednią wiedzę w zakresie wysyłki produktu za granicę, np. Identyfikację i wybór międzynarodowych spedytorów i kosztów transportu?
9. Czy Twoja firma ma odpowiednią wiedzę na temat mechanizmów płatności eksportowych, takich jak rozwijanie i negocjowanie akredytyw?

Jeśli 50% odpowiedzi jest na tak – możesz zacząć działać za granicą. Jeśli na jakieś pytania udzieliłeś negatywnej odpowiedzi to oznacza, że koniecznie powinieneś nad tym zagadnieniem popracować. Możesz skorzystać z różnych form zdobycia wiedzy i umiejętności – bezpłatne szkolenia, konsulting operacyjny czy podniesienie kompetencji kadry. Rozwiązań jest wiele a ten szablon pomoże Ci określić, gdzie są mocne a gdzie słabsze obszary firmy. Jeśli masz niewielki budżet to możesz korzystać z dotacji na rozwój eksportu lub opracować plan wejścia na rynek zagraniczny przy niskim budżecie. W 2025 roku jest to możliwe, jeśli wiemy jak to zrobić.

Ważne jest, aby Twoja firma mogła zaspokoić zapotrzebowanie, które stworzy rozwój eksportu. Możesz potrzebować więcej powierzchni (magazynowanie zamówień eksportowych) lub zwiększenia produkcji i dopasowania produktów do wymogów lokalnych w określonych krajach, (jeśli mają odmienne standardy i przepisy dotyczące produktów). Wejście na międzynarodowy rynek spowoduje zwiększenie skali produkcji a wzrost produkcji nie powinien wpływać na jakość. Przed rozpoczęciem eksportu powinieneś rozważać zwiększenie swojej zdolności produkcyjnej lub znalezienie alternatywnych środków, aby zaspokoić zamówienia zagraniczne.

Sukces produktu lub usługi na rynku krajowym jest dobrym wskaźnikiem jego potencjalnego sukcesu na rynkach zagranicznych. Ponieważ sprzedaż w kraju i na świecie to zupełnie różne przedsięwzięcia, warto zdobyć wiedzę czego się spodziewać przy sprzedaży na rynkach międzynarodowych. Przygotowanie do wejścia na nowe rynki zagraniczne generuje wysokie koszty i zaangażowanie personelu oraz kierownictwa. Możliwość skorzystania z dotacji na eksport , która przygotowuje Twoją firmę do wejścia na nowe rynki, pozwoli na opracowanie skutecznej strategii, dokonanie wyboru właściwych rynków i właściwie zaplanowanych działań wprowadzenia Twoich produktów za granicę.



Analiza biznesowa firmy

Kliknij w ikonkę i wypełnij arkusz roboczy.

Ekspansja: Czy masz potencjał eksportowy?

1. Czy Twoja firma oferuje więcej niż jeden produkt?

- ☐ 1 lub 2
- ☐ 3 do 5
- ☐ 5 do 10
- ☐ powyżej 10

2. Kto jest odbiorcą Waszego produktu/usługi?

- ☐ Inne firmy (służy do ich produkcji – surowce, półprodukty, części zamienne, maszyny, urządzenia, usługi dla firm, aplikacje, inne)
- ☐ odbiorca „pod zamówienie” (np. specyficzne usługi CNC, inne)
- ☐ klient detaliczny

3. Dlaczego klienci kupują Wasze produkty?

- ☐ tani produkt w stosunku do konkurencji
- ☐ równorzędny cenowo o lepszych możliwościach niż konkurencyjne
- ☐ droższy produkt o lepszych możliwościach niż konkurencyjne
- ☐ nie badamy potrzeb klientów

4. Jakie są Wasze ceny w porównaniu do głównych konkurentów?

- ☐ wyższe
- ☐ nie badaliśmy
- ☐ takie same
- ☐ niższe

5. Co jest największym atutem Waszej działalności? Co sprawia, że jesteście lepsi niż inni?

- ☐ środki trwałe
- ☐ ludzie i poziom umiejętności
- ☐ technologia (produkty, metody ich wytwarzania, innowacyjność)
- ☐ wiedza o kliencie

6. Czy produkt spełnia ogólne unijne normy dla swojej branży?

- ☐ Tak
- ☐ Nie

Analiza biznesowa firmy

Uzupełnij sekcje poniżej:

A. Dotychczasowe sukcesy firmy

1. Dlaczego Twoja firma odnosi sukces na rynku krajowym? Wymień konkretne powody

2. Jaki jest średni roczny wzrost dochodów Twojej firmy?

B. Przewagi konkurencyjne

1. Konkurenci krajowi

Czy eksportują?
Tak Nie

2. Wymień przewagi konkurencyjne Twojej firmy / Twoich produktów nad krajową i zagraniczną konkurencją.

Analiza SWOT firmy

1. Określ zgodnie ze SWOT obszary działalności firm

ZARZĄDZANIE	Siła (S)	Słabość (W)	Szansa (O)	Zagrożenie (T)
1. Styl zarządzania				
2. Współpraca, partnerstwa				
3. Kontroling zarządczy				
4. Rozwój wydajności i jakości				
BUDŻET I RACHUNKOWOŚĆ				
5. Rozwój wyników i budżetu				
6. Sprzedaż				
7. Zysk operacyjny				
8. Płynność				
9. Dostęp do finansowania eksportu				
DOSTAWY				
10. Koszty surowców				
11. Współpraca z dostawcami				
12. Współpraca z innymi kooperantami				
ROZWÓJ PRODUKTU				
13. Strategia				
14. Potrzeby klientów i możliwości MŚP				
15. Marża				
16. Cena				
17. Koszty produkcji				

PRODUKCJA	Siła (S)	Słabość (W)	Szansa (O)	Zagrożenie (T)
18. Koszty				
19. Jakość				
20. Planowanie				
21. Moce produkcyjne				
SPRZEDAŻ				
22. Klienci				
23. Konkurenci				
24. Wydajność				
25. Próbki produktu				
26. Komunikacja z klientami				
SERWIS				
27. Wydajność				
28. Jakość				

3. Analizy różnych elementów w funkcjonowaniu firmy – dokonaj oceny wg skali poniżej.

Skala oceny:

- 1: Proces/funkcja jest w stadium początkowym
- 2: Proces/funkcja jest w fazie pozytywnego rozwoju, ale wciąż na niedostatecznym poziomie
- 3: Proces/funkcja jest satysfakcjonujący
- 4: Proces/funkcja jest w fazie bardzo pozytywnego rozwoju i przynosi wiele korzyści
- 5: Proces/funkcja jest na najwyższym poziomie

ELEMENTY FUNKCJONOWANIA PRZEDSIĘBIORSTWA	1	2	3	4	5	UWAGI
Marketing						
Sprzedaż						
Rozwój produktu						
Rozwój procesów						
Wytwarzanie						
Rozwój komponentów						
Procesy weryfikacji						
Logistyka						
Zakupy						
Dystrybucja						
Serwis						
Technologia informacyjna						
Szkolenia						
Finanse						
Działalność socjalna						
Wartości, misja						

Przedstawione w autodiagnozie pytania i tabele mają na celu inspirację do przemyślenia własnej firmy. Nie jest to test zero-jedynkowy i nie ma złych odpowiedzi. Nawet jeśli jesteś kilkuosobową firmą mikro, ale masz dobry produkt możesz podjąć ekspansję zagraniczną. Mamy wiele przykładów mikro i małych firm, które odniosły sukces w eksporcie. Często w pierwszym etapie korzystały z zewnętrznych doradców w ramach pomocy unijnej, co obniżało ryzyko finansowe ale też wzmacniało skuteczność działań.

Jeśli w Twojej ocenie chciałbyś spróbować wejść na rynki zagraniczne – skontaktuj się z nami:

Tel.: +48 731 825 765
E-mail: helena@oegconsulting.pl