

ANALIZA IZVOZNOG KAPACITETA

Analiza izvoznih kapaciteta kritična je faza u procesu planiranja razvoja izvoza. Važno je da kompanija pažljivo ispita svoje kapacitete i resurse prije nego što se upusti u planiranje izvoza. Nema smisla izrađivati plan ako isti nije zasnovan na stvarnoj situaciji. Obim kapaciteta je konkretan primjer za to. Možda je kompanija fizički u stanju da proizvede i više od svog postojećeg obima, ali moguće je da nema novca da kupi dodatne sirovine koje joj trebaju ili da zaposli dodatnu radnu snagu?

Glavni ciljevi vježbe su:

- ☆ Da obezbijedi suštinski važne informacije za tim za izvoznu i marketing prodaju koje se odnose na proizvodne kapacitete i resurse
- ☆ Definira kakav je kapacitet kompanije za izvozni marketing - marketinški plan mora biti realističan i ostvariv u smislu kapaciteta i sposobnosti same kompanije
- ☆ Da se identificiraju slabosti marketinga - kako bi se iste mogle ukloniti
- ☆ Da se obezbijede osnovne informacije potrebne za pripremu strategije izvoznog marketinga koja će odražavati jake strane kompanije

INFORMACIJE O KOMPANIJI

Puni pravni naziv:	
Vrsta kompanije: (pravni status)	
Identifikacioni broj firme:	
Registrirana adresa:	
Fizička lokacija sjedišta: (ako se razlikuje od registrirane adrese)	
Poštanska adresa: (ako nije ista kao fizička)	
Telefonski broj: (pozivni broj za dati grad) i broj	
Broj faksa: (pozivni broj za dati grad) i broj	
E-mail:	
Web stranica:	
Kontakt osoba/e za EDP program:	Ime i prezime: Pozicija: Telefon: Broj mobitela: E- mail:
Godina osnivanja:	
Vlasnička struktura kompanije:	Postotak u stranom vlasništvu: Postotak javnog kapitala: Postotak privatnog kapitala: Učešće velikih poduzeća u kapitalu:
Sektor aktivnosti:	
Vrsta poslovne aktivnosti:	
Proizvodi:	

CILJEVI MENADŽMENTA (RUKOVODSTVA)

1. Zbog kojih razloga kompanija želi da se bavi izvoznim tržištima?

(Na primjer, želja da poveća obim prodaje ili da razvije širu, stabilniju bazu klijenata)

2. Koji su sadašnji ciljevi izvoznog marketinga kompanije?

(Da vas podsjetimo, ciljevi trebaju biti specifični tj. konkretni, mjerljivi, ostvarljivi realistični i vezani određenim vremenskim rokom)

3. U kojoj je mjeri visoki menadžment posvećen i usmjerene na aktivnosti izvoza?

(Da li za njih izvoz predstavlja brzo rješenje za smanjenu potražnju na domaćem tržištu? Da li će kompanija zanemariti klijente koje pokriva izvozom, ako domaća prodaja poraste?)

4. Kakva su očekivanja menadžmenta (rukovodstva) u pogledu izvoznih aktivnosti?

(U kojem vremenskom roku, prema očekivanjima menadžmenta, bi izvozne aktivnosti trebale postati samoodržive? Koji se nivo povrata investicija očekuje od izvoznog programa?)

5. Koja su sadašnja ciljna izvozna tržišta kompanije?

Tržište	Razlozi zbog kojih ste izabrali ovo tržište	Značaj tržišta
		<input type="checkbox"/> veoma važno <input type="checkbox"/> važno
		<input type="checkbox"/> veoma važno <input type="checkbox"/> važno
		<input type="checkbox"/> veoma važno <input type="checkbox"/> važno

6. Sa kojim ste zemljama već poslovali, ili iz kojih ste zemalja već primili upite odnosno koje su zemlje izrazile zainteresiranost ?

Tržište	Proizvod/i	Klijenti	Obim/vrijednost

7. Koje su opće i konkretne lekcije naučene iz prethodnih iskustava koja se odnose na izvozne aktivnosti ili iskustva stečena u tom smislu?

Prethodne aktivnosti izvoznog marketinga

Aktivnost	Uspjeh koji je ostvaren aktivnošću	Naučene lekcije(razlozi za uspjeh/neuspjeh)

8. Koje marketinške materijale ili sredstva trenutno koristite za promociju na stranim tržištima?

(Molimo obezbijedite uzorak brošure, tehničke specifikacije, cjenik, promotivne DVD-ove, profile kompanija, itd.)

MENADŽMENT (RUKOVODSTVO) I OSOBLJE

9. Koliko kompanija trenutno ima stalno uposlenih? Molim, navedite presjek, prema vrsti posla kojim se uposlenica/k

	Broj
Menadžerski	
Administrativni	
Kvalificirani	
Nekvalificirani	
Ukupno	

10. Kakvu internu, vlastitu međunarodnu ekspertizu odnosno stručnost kompanija ima (iskustvo u međunarodnoj prodaji, znanje jezika, itd.)?

Osoba	Konkretna odgovornost	Konkretno izvozno iskustvo

PROIZVODNI KAPACITET

11. Navedite detalje o postojećoj proizvodnji i obimu kapaciteta u pogledu proizvoda i tržišta

Proizvod	Proizvodnja (2010.) Vrijednost/obim	Tržišno odredište	Obim kapaciteta Vrijednost/opseg

FINANSIJSKI KAPACITET

12. Koliko se kapitala može odvojiti za izvoznu proizvodnju i marketing?

13. Koji nivo operativnih troškova izvoznog odjela se može podržati?

14. Do kojeg datuma kompanija očekuje da će izvoz početi da sam sebe isplaćuje?

Treba imati na umu da je Analiza izvoznog kapaciteta pregled postojećih izvoznih sposobnosti kompanije. Budući da se kompanije razvijaju u jednom dinamičnom svijetu, analizu bi trebalo ponavljati u redovnim razmacima, svakih šest mjeseci ili jednu godinu (budući da će tada to biti samo ažuriranja već postojećih podataka, za završetak nekih budućih analiza trebat će manje vremena).