

## المحاضرة 05: وضع خطة التصدير

لتخطيط وتطوير استراتيجية واضحة وناجحة للتصدير، يجب تحديد الأهداف والسوق المستهدف وكذا تطوير استراتيجية التسعير والتوزيع والترويج، ويجب أن تعتمد الاستراتيجية على أبحاث وتحليل السوق بالإضافة إلى وضع الدخول الخاص بالشركة، ويتطلب تنفيذ وإدارة استراتيجية التصدير التخطيط الدقيق والتنفيذ والمراقبة المستمرة.

ويعتبر تخطيط الأعمال أمراً مهماً لكل شركة ترغب في استشراف المستقبل بخطة عمل مفصلة وبتيح التخطيط للإدارة معرفة الفرص التجارية المحتملة والمخاطر التي قد تواجهها الشركة في المستقبل ومن ثم تنفيذ الخطط التي تؤدي إلى تطوير الفرص وتخفيف المخاطر، وهكذا تساعد خطة عمل الشركة في توقعاتها وتخطيطها للمستقبل من خلال اتخاذ قرارات صائبة استناداً على المعلومات المتوفرة.

وينبغي إعادة تقييم الخطة بصورة منتظمة بغية تحديثها، فالتخطيط عملية مستمرة، وتطوير خطة العمل تصبح أكثر سهولة بعد اعدادها في المدة الأولى، الغرض من خطة التصدير هو اعداد الشركة للدخول للأسواق العالمية وينبغي استثمار الوقت اللازم للتأكد من جميع المعلومات الكافية وتقديمها للإدارة لاتخاذ قرار التصدير.

يعتبر اعداد خطة التصدير أسلوباً مثالياً للشركة للتركيز على الأوضاع الحالية للشركة وتقييمها وتطوير خطة عمل للمستقبل وهوي تيح للشركة:

- وضع أهداف قصيرة وطويلة المدى.
- تحليل الأهداف واتجاهاتها من حيث النمو المحتمل والقدرة التنافسية ... الخ.
- تحليل نقاط القوة والضعف والفرص والمخاطر الخاصة بالشركة والأسواق المحتملة.
- تقدير إيجابيات وسلبيات توسع السوق.
- التركيز على أنسب المنتجات/ الخدمات المتوفرة لديها لتوجيهها إلى أسواق التصدير.

ويجب أن تشمل خطة التصدير عدة عناصر أهمها ما يلي:

### 1- أهداف ومبررات التصدير:

- زيادة الحصة السوقية، زيادة الإيرادات.
- زيادة معدل نمو الصادرات.

**2- على مستوى المنتجات:**

- الجاهزية للتصدير.
- القدرات الإنتاجية.
- التوافق مع متطلبات الأسواق الخارجية: يجب أن تلبى حاجة مستهدفة في أسواق التصدير من ناحية السعر، حاجة العميل، طلب السوق.

**3- على مستوى الأسواق المستهدفة:**

دراسة معدلات الطلب على المنتج ونمو السوق الخارجي وحصصة السوق عن طريق تحليل ودراسة السوق وفهم احتياجات العملاء وتوجهاتهم والبحث عن المنافسين المحتملين وتحليل نقاط قوتهم وضعفهم ويساعد ذلك في تحديد المكان الذي تتمتع فيه الشركة بميزة تنافسية وأين تحتاج تركيز جهودها على منتجاتها وخدماتها.

**4- شبكة الإمداد والتوزيع:**

تحديد أنسب طرق التوزيع المتوفرة واختيار أكثرها ملائمة للشركة ومنتجاتها وتحديد أنسب شروط البيع والتوريد التي يمكن أن تطبقها الشركة.

**5- التسعير: الأسعار والأرباح المتوقعة تحقيقها من التصدير.**

**6- الترويج:** من خلال دراسة وتحديد طرق وسياسات الترويج في السوق الدولي. انشاء حملات ترويجية لأسواق الدولية.