

## **АНАЛИЗ ПРОЦЕССА ВЫЯВЛЕНИЯ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОМПАНИИ**

Кудасов А. Е., магистрант

Научный руководитель – Тимохина Г. С., к. э. н.,  
доцент каф. маркетинга и международного менеджмента  
Уральский государственный экономический университет  
г. Екатеринбург, Российская Федерация

В наши дни национальные компании борются за все более узкие сегменты рынка, развивая внешнеэкономическую деятельность. При этом остаются открытыми вопросы, имеет ли компания достаточный потенциал для выхода на внешний рынок и рынок какой страны следует избрать [1]. Ответить на данные вопросы предлагается на основе 3 маркетинговых инструментов.

Во-первых, предлагается провести SWOT-анализ предприятия. Это позволит как выявить угрозы и возможности внутреннего рынка, так и определить слабые и сильные стороны компании, в том числе наличие ресурсов для внешнеэкономической деятельности.

Во-вторых, предлагается рассчитать индексы странового риска потенциальных внешних рынков на основе модели BERI. Это позволит сравнить степень рискованности деловых сред интересующих нас государств и выбрать наиболее приемлемый рынок.

В-третьих, предлагается провести STEP-анализ макросреды избранного рынка. Это позволит детально определить наиболее значимые факторы, формирующие деловую среду данного рынка.

Таким образом, используя все 3 вышеупомянутые маркетинговые инструменты, становится возможным пройти путь от анализа потенциала фирмы до выбора конкретного рынка и детального его изучения, чтобы в последующем выработать оптимальную стратегию развития внешнеэкономической деятельности компании.

### **Список литературы**

1. Гуреева, М. А. Внешнеэкономическая деятельность: Учебное пособие / М. А. Гуреева - М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 288 с.