Практическое занятие 3.

**Пример 3-1: Тойота и Хонда**

И Тойота, и Хонда используют решения, чтобы быть более отзывчивыми к своим клиентам. У этих компаний есть конечная цель - открыть производственные мощности на всех основных рынках.

что они входят. Хотя есть и другие преимущества для открытия местных объектов, такие как защита от колебаний валютных курсов и торговых барьеров, повышение скорости реагирования играет большую роль в решении Toyota и Honda разместить объекты на своих местных рынках.

Пример 3-6: Cisco

Cisco передала на аутсорсинг практически все свои производства. Однако у него есть стратегия поиска поставщиков, которая варьируется в зависимости от типа продукта. Для продуктов низкого уровня, таких как маршрутизаторы для домашних сетей, Cisco стремится к эффективности. Эти маршрутизаторы производятся и упаковываются в Китае и поставляются оптом для продажи в Соединенных Штатах. Cisco нацелена на производство с наименьшими затратами и экономию за счет масштаба при транспортировке, поскольку целевой сегмент рынка имеет низкую стоимость. Для высокопроизводительных продуктов, напротив, Cisco привлекает внешних подрядчиков в США. Эти производители недешевы, но они отзывчивы и могут удовлетворить быстро меняющиеся