

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kursovaya-rabota/10238>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Внешнеэкономическая деятельность

Содержание

Введение 3

1.Выход на внешний рынок 4

2.Определение внешнеторговой стратегии 6

3.Заключение внешнеторгового контракта 11

Заключение 14

Список использованной литературы 15

регионов.

Внешнеэкономическая деятельность, проявляющаяся в различных формах, становится немаловажным источником повышения конкурентоспособности регионов. Приобретение регионами экономической самостоятельности позволяет им расширять свои международные полномочия, налаживать связи с регионами других стран, привлекать в свою экономику иностранные инвестиции, расширять экспортные возможности, развивать международное экономическое сотрудничество. Открытые для внешней торговли регионы более других подвержены колебаниям конъюнктуры мировых рынков, однако они же раньше выходят из состояния кризиса, быстрее перенимают новейшие технологии производства, используют объекты интеллектуальной собственности, внедряют современные методы управления.

Внешнеэкономическая деятельность предприятия реализуется поэтапно:

1. Выход на внешний рынок.
2. Разработка внешнеэкономической стратегии.
3. Заключение внешнеэкономического контракта.

1.Выход на внешний рынок

Внешнеэкономическая деятельность предприятия - это сфера хозяйственной деятельности, связанная с международной производственной, научно-технической кооперацией, экспортом и импортом продукции, выходом предприятия на внешний рынок.

При планировании внешнеэкономической деятельности, компании необходимо провести множество мероприятий, оказывающих непосредственное влияние на внешнеторговую деятельность:

- изучение потенциальных рынков сбыта с целью определения спроса на производимую продукцию;
- разработка стратегии позиционирования предприятия на внешнем рынке;
- проведение маркетинговых исследований как на внутреннем рынке с целью анализа потенциальных конкурентов, так и на зарубежных рынках - для поиска потенциальных партнеров;
- изучение законодательства стран потенциальных партнеров;
- поиск партнеров в сфере транспортно-экспедиторского обслуживания международных перевозок .

На начальном этапе выхода на международный рынок предприятию, в не зависимости от сферы деятельности, необходимо изучить потенциальные рынки сбыта производимой продукции. Целью проведения подобных исследований должно стать определение необходимости потенциальных потребителей в производимой продукции.

При экспорте товара необходимо изучить зарубежные страны с целью определения оптимального рынка сбыта, нахождения идеального соотношения спроса и предложения на предлагаемую продукцию. При организации экспортной внешнеторговой деятельности на предприятии необходимо определить такие рынки сбыта, в которых спрос на предлагаемый товар превышает его предложение на национальном

рынке.

На импортно-ориентированных предприятиях объектом данного исследования будет выступать национальный рынок. Главной целью данного исследования предприятий-импортеров будет определение спроса и предложения предлагаемой продукции на внутреннем рынке .

При организации импортной деятельности на предприятии основным приоритетом определения направленности деятельности выступают потребности национальных потребителей, но в условиях современной рыночной конкуренции необходимо принимать во внимание также и уровень предложения данной продукции на рынке. Приоритетность компании всегда зависит от уникальности предлагаемого товара.

2.Определение внешнеторговой стратегии

Стратегическое планирование внешнеторговой деятельности (ВЭД) организации предполагает реализацию определенной последовательности действий, которая позволяет сформировать адекватный условиям внешнеэкономической среды стратегический план ВЭД. Ключевым элементом при стратегическом планировании ВЭД является выделение внешнеэкономических стратегических зон хозяйствования (ВСЗХ) организации, что позволяет позиционировать организацию на стратегически значимых сегментах зарубежных рынков в перспективе, обеспечивая эффективность его внешнеторговой деятельности.

Особенности стратегического планирования внешнеторговой деятельности (ВЭД) организации определяются тем, что работа на зарубежных рынках сопряжена с дополнительными рисками, большей неопределенностью внешней среды, усилением конкурентного давления и повышенными сложностями доступа на целевые зарубежные рынки (в связи с все еще существующими протекционистскими мерами). Кроме того, промышленной организации требуется больше ресурсов для того, чтобы адекватно отреагировать на изменения, происходящие на зарубежном рынке, поскольку необходимо корректировать собственные производственные возможности в соответствии с существующим спросом.

В процессе стратегического планирования ВЭД необходимо учитывать следующие особенности данной сферы хозяйствования организации:

- различные условия внешней среды функционирования организации на внутреннем и зарубежных рынках, отличие потребителей, конъюнктуры, конкуренции на них;
- возможные культурные, национальные, языковые барьеры при осуществлении ВЭД;
- различие требований национальных законодательств и мирового законодательства, регламентирующего сферу ВЭД организации;

Список использованной литературы

1. Абдулгамидов, Н. Соотношении внутренних и внешних условий развития // Экономист. 2010. - №4. - С. 3-15.
2. Авдокушин, Е.Ф. Международные экономические отношения. - М. : ЮНИТИ, 2011. - 448 с.
3. Банк, С.В. Система показателей комплексного анализа финансового состояния хозяйствующего субъекта // Экономический анализ: теория и практика. - 2011. - № 4. - С. 7-12.
4. Лунев, В.Л. Тактика и стратегия управления фирмой / В.Л. Лунев. - М.: Финпресс, 2012. 356 с.
5. Пивоварова, С.Э. Международный менеджмент: учеб. пособие / С.Э. Пивоварова. - СПб. : Питер, 2011. - 250 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kursovaya-rabota/10238>