

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/kurovaya-rabota/427298>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Международные рынки

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ 3

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОНЯТИЯ «ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ» 5

1.1 Определение понятия «высокотехнологичная продукция», «инновационная продукция» 5

1.2 Классификация отраслей высокотехнологичной продукции 7

1.3 Значение экспорта высокотехнологичной продукции для России 14

ГЛАВА 2. ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОЙ ПРОДУКЦИЕЙ РОССИИ 17

2.1 Общие тенденции и перспективы внешней торговли России высокотехнологичной продукцией 17

2.2 Оценка экспорта высокотехнологичной продукции России 22

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 25

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 26

ВВЕДЕНИЕ

Экономическое развитие любого государства в современных условиях глобализации мировой экономики тесно связано с эффективностью его интеграции в процессы международной торговли, включая формирование устойчивого «портфеля» конкурентоспособных товаров и услуг, ориентированных на экспорт. В свою очередь, эффективность внешнеторговой политики государства находит свое отражение в сфере повышения качества жизни населения и формирует денежный поток для инвестиций в социально-экономическое развитие страны. Этим обосновано стремление развитых стран не только сохранить, но и увеличить долю экспорта несырьевых товаров в торговом балансе, поскольку считается, что опора на сырьевые кластеры, отдача от которых может обеспечить краткосрочные результаты для экономики, не является устойчивой позицией в долгосрочной перспективе.

Иными словами, если государство намерено реализовать национальную стратегию инновационного развития, то опора на сырьевые категории в современных условиях инновационного пути развития мировой экономики может существенно замедлить достижение стратегических целей развития.

В связи с этим США, Япония, Финляндия, Южная Корея и многие другие развитые страны на системной основе инвестируют в развитие производства и экспорта высокотехнологичной продукции (ВТП) и услуг, что, в свою очередь, обеспечивает высокую конкурентоспособность производимой ими продукции на мировом рынке товаров и услуг.

Российская Федерация также реализует программы развития высокотехнологичных категорий товаров и услуг в целях расширения экспорта и замещения импортируемых товаров. В результате этой деятельности в последние годы заметно вырос положительный вклад отдельных товарных групп в структуру общего торгового баланса нашей страны, но эти изменения пока еще не носят качественного характера.

В то же время указом Президента РФ определена цель: достичь к 2030 г. реального роста экспорта несырьевых неэнергетических товаров не менее чем на 70% по сравнению с показателем 2020 г. Это актуализирует необходимость анализа и оценки реализуемых мер государственной поддержки экспорта, что потребует исследования потенциала роста отдельных категорий высокотехнологичного экспорта для последующей адресной настройки отраслевых программ государственной поддержки.

Целью данной работы является рассмотрение темы торговли Россией высокотехнологичной продукцией. Задачи:

- дать определение понятиям «высокотехнологичная продукция», «инновационная продукция» ;
- классифицировать отрасли высокотехнологичной продукции 7
- проанализировать значение экспорта высокотехнологичной продукции для России;
- описать общие тенденции и перспективы внешней торговли России высокотехнологичной продукцией ;
- дать оценку экспорта высокотехнологичной продукции России.

Объект исследования – рынок высокотехнологичной продукции.

Предмет исследования – специфика торговли России высокотехнологичной продукцией.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОНЯТИЯ «ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНАЯ ПРОДУКЦИЯ»

1.1 Определение понятия «высокотехнологичная продукция», «инновационная продукция»

Высокотехнологичная продукция — продукция, изготовленная предприятиями наукоёмких отраслей экономики страны с использованием новейших разработок и технологий, в процессе производства которой привлекались специально квалифицированные кадры. Развитость технологичной сферы является индикатором конкурентоспособности и вовлечённости в цепочки добавленной стоимости.

Инновационная продукция (работы, услуги) – внедренная в производство продукция (работы, услуги), являющаяся новой или значительно улучшенной по сравнению с ранее выпускавшейся продукцией (работами, услугами) в части ее свойств или способов использования, получившая новое обозначение или определение (наименование).

Маркетинг высокотехнологичных продуктов направлен на создание положительного образа, при этом выстраиваются процессы, созданные для удовлетворения промышленных, социальных и экономических потребностей. Для промышленных компаний стратегической задачей становится формирование научно обоснованной концепции маркетинга, обеспечивающей лидирующие позиции на не только рынке, но и в поставке. Развитие ключевых рынков для технологий умного производства требует систематизации производственной деятельности, базирующейся на маркетинговой платформе построения промышленного бизнеса. Позиционирование наукоемкой продукции фокусируется на разработке, интеграции и применении цифровых, коммуникационных, аддитивных и виртуальных технологий, что позволит создавать ценностные предложения опережающего развития (содержания), прогнозировать новые направления (потребности) спроса и предложения, обеспечит встраивание в национальные и международные цепочки, лидерство по издержкам.

Отраслевой рынок имеет свои особенности, что находит отражение в алгоритме принятия решений, стратегической архитектуре маркетинговых стратегий, организации маркетинговой деятельности на промышленных рынках.

Методология позиционирования высокотехнологичных продуктов имеет свою специфику, что обуславливает выбор эффективных инструментов коммуникации для формирования убеждения у покупателей, что используемые им высокотехнологичные продукты уникальные и обеспечивают наибольшую потребительскую ценность, что позволяет моделировать рациональные и эмоциональные мотивы потребления. Концепция позиционирования высокотехнологичных продуктов – это маркетинговые границы, в рамках которых определяется содержание и идеология, имидж, ассоциативные элементы новой продукции. Понимание позиции, которую планирует занять промышленная компания, определяет направление план маркетинговых мероприятий по воздействию на сознание потребителей (потребительский рынок) и лиц, принимающих решение (промышленный рынок) (см. рис. 1).

Стратегия позиционирования высокотехнологичного продукта – это совокупность форм, методов и принципов принятия маркетинговых решений по разработке маркетинговых мероприятий, направленных на продвижение нового продукта с целью достижения запланированной конкурентной позиции, удовлетворения потребностей общества, формирования позитивного впечатления об уровне потребительской ценности продукта. Стратегический подход к позиционированию высокотехнологичного продукта предусматривает проведение анализа маркетинговой деятельности, определение маркетинговых проблем, выбор стратегии позиционирования.

Рисунок 1 – Методология позиционирования высокотехнологичной продукции

1.2 Классификация отраслей высокотехнологичной продукции

Одной из важнейших целей деятельности Правительства Российской Федерации является создание условий для достижения Россией лидерства в развитии ведущих высокотехнологичных отраслей промышленности. При инвестиционной поддержке соответствующих предприятий будет учитываться позиция российских предприятий на мировом рынке.

Первое - авиационная промышленность и двигателестроение.

Авиационная промышленность – одна из ключевых высокотехнологичных отраслей российской экономики, в рамках которой осуществляется деятельность по разработке, испытаниям, серийному производству, подконтрольной эксплуатации, послепродажному обслуживанию и утилизации авиационной техники в целях обеспечения транспортной доступности и экономической связанности территорий и обеспечению национальной обороны Российской Федерации .

Государственное регулирование развития авиации – система экономического и правового регулирования развития авиации и авиационной деятельности, государственной поддержки и защиты российских разработчиков, производителей, и собственников авиационной техники.

Пандемия коронавируса в 2020 и 2021 годах значительно повлияла на большинство отраслей мировой экономики, при этом в лидерах по нанесенному ущербу оказались отрасли, связанные с авиационным строением. В 2021 году большинство стран и макрорегионов мира продлили действие таких ограничительных мер, как закрытые границы, ограничения на передвижение людей, новые требования к условиям работы промышленных предприятий и сферы услуг. Это способствовало относительно низкому уровню деловой активности и покупательной способности всех участников мирового рынка и населения, что соответствующим образом сказалось на отечественной авиационной промышленности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1) О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 г.: Указ Президента РФ от 21.07.2020 № 474. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202007210012>
- 2) "Прогноз долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2030 года" (разработан Минэкономразвития России)// https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_144190/e59d0198a6b86d35269590004bc1bb4d18c9fa29/ (дата обращения 26.02.2024)
- 3) УКАЗ Президента РФ от 07.05.2018 N 204 "О НАЦИОНАЛЬНЫХ ЦЕЛЯХ И СТРАТЕГИЧЕСКИХ ЗАДАЧАХ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ НА ПЕРИОД ДО 2024 ГОДА"// <https://mvd.consultant.ru/documents/1056500> (дата обращения 26.02.2024)
- 4) Бенько Е.В., Саламон В.Ю. Государственное регулирование авиационной промышленности//ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ ПРЕДПРИЯТИЙ АВИАЦИОННОГО КЛАСТЕРА. Сборник научных трудов VII Всероссийской научной конференции. Ульяновск, 2023. С. 55-60
- 5) Бенько, Е. В. Транспорт и его роль в обеспечении экономического роста страны / Е. В. Бенько, А. Г. Балкунова // Проблемы и перспективы экономических отношений предприятий авиационного кластера : VI Всероссийская научная конференции : сборник научных трудов, Ульяновск, 26–28 октября 2021 года / Ульяновский государственный технический университет, Институт авиационных технологий и управления. – Ульяновск: Ульяновский государственный технический университет, 2022. – С. 85-91.
- 6) Бершанская И.В., Мальцева Е.А., Мисяченко А.А. Повышение конкурентоспособности ракетно-космической отрасли как ответ на новые вызовы и угрозы//АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ АВИАЦИИ И КОСМОНАВТИКИ. Сборник материалов IX Международной научно-практической конференции, посвященной Дню космонавтики. В 3-х томах. Том 3. Красноярск, 2023.С. 11-13
- 7) Брагин А. Ю. Цифровая активность высокотехнологичного сектора экономики: позиционирование, стратегии//АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ ПУБЛИЧНОГО УПРАВЛЕНИЯ, ЭКОНОМИКИ, ПРАВА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ. Сборник научных статей Международной научно-практической конференции. Том 1. Курская академия государственной и муниципальной службы. Курск, 2023. С. 156-160
- 8) Головина В.И. Россия и США на мировом рынке высокотехнологичной продукции: сравнительная оценка / В.И. Головина // Экономика и бизнес: теория и практика, 2021. № 5-1(75). С. 140-143.
- 9) Городнова, Н. В. Индустриальный интернет вещей в России: сущность и перспективы /Н. В. Городнова // Вопросы инновационной экономики. – 2022. – Т. 12, № 3. – С. 1503-1522
- 10) Еремина И. А. Развитие рынка высокотехнологичной продукции в условиях инновационной трансформации экономических процессов// ЭКОНОМИКА И БИЗНЕС В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ И НОВЫХ ВЫЗОВОВ. Материалы Международной научно-практической конференции. Москва, 2023. С. 20-29
- 11) Ермолаев К. А., Ерматов Ш. Э. Оценка потенциала роста экспорта высокотехнологичной продукции из России//НАЦИОНАЛЬНЫЕ ИНТЕРЕСЫ: ПРИОРИТЕТЫ И БЕЗОПАСНОСТЬ. 2021. С. 940-945
- 12) Красюк, И. А. Маркетинговый опыт управления в высокотехнологичных отраслях / И.А. Красюк, А. Ю. Брагин // Наука, технологии, общество - НТО-II-2022 : сб. научн. статей по материалам II Всероссийской

научной конференции, Красноярск, 28–30 июля 2022 года. – Красноярск: Общественное учреждение «Красноярский краевой Дом науки и техники Российского союза научных и инженерных общественных объединений», 2022. – С. 244-248.

13) Перекальский И.Н. Применение технологий распределенного реестра (blockchain) в электроэнергетических системах / И.Н. Перекальский, С.Е. Кокин // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Энергетика, 2020. Т. 20. № 1. С. 64–75.

14) Самсонова К. А. Развитие судостроительной промышленности в РФ// БУДУЩЕЕ НАУКИ: ВЗГЛЯД МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ НА ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ОБЩЕСТВА. Сборник научных статей Всероссийской молодежной научной конференции : в 3 т.. Том 3. Курск, 2023. С. 323-326

15) Склюев А.М. Определение понятия «электронная промышленность» //ФУНДАМЕНТАЛЬНАЯ НАУКА И ТЕХНОЛОГИИ - ПЕРСПЕКТИВНЫЕ РАЗРАБОТКИ. Материалы XXXI международной научно-практической конференции . Bengaluru, India, 2023. С. 150-153

16) Сопина Н.В. Рынки высокотехнологичной продукции тенденции и перспективы развития / Н.В. Сопина, А.И. Махмутов // Молодой ученый, 2020. № 34(324). С. 68–69

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/427298>