Оглавление

Введение  
1.Сущность и основные понятия внешнеэкономической деятельности предприятия

2.Основные цели и задачи внешнеэкономической деятельности

2.1.Формы организации внешнеэкономической деятельности на уровне предприятия

2.2.Участники внешнеэкономической деятельности

3.Структура предприятий осуществляющих внешнеэкономическую деятельность

3.1.Анализ внешнеэкономической деятельности предприятия

3.2.Виды операций во внешнеэкономической деятельности

4.Стратегия и особенности ценообразования во внешнеэкономической деятельности предприятия

Заключение

Лист замечаний

Введение

Российская Федерация переживает этап становления новых методов хозяйствования, ведения экономики. Изменения, реформы касаются практически всех сфер жизнедеятельности: производства, науки, образования, коммерции, экономики. В связи с этим гораздо более значимой и актуальной, приковывающей к себе внимание со стороны отраслевых ведомств, отдельных предприятий и объединений, становится сфера внешнеэкономической деятельности.

Внешнеэкономическую деятельность можно представить как совокупность определенных функций производственных структур (организационно-экономических, производственно-хозяйственных, коммерческих).

На сегодняшний день в структуре внешнеэкономической деятельности Российской Федерации, как и во всей экономике страны, происходят глубокие изменения. Если раньше внешнеэкономическая деятельность, а значит и импорт товаров и услуг, была монопольной сферой деятельности государства, то сегодня ситуация изменилась: Российская Федерация пошла по пути либерализации внешней торговли, открыв свободный доступ к участию в ней предприятий, организаций и других хозяйствующих субъектов.

Именно это и происходит в внешнеэкономических отношениях на современном этапе, а именно:

расширение прав отраслевых министерств и ведомств предприятий, объединений, организаций по выходу на внешний рынок;

расширение числа участников внешнеэкономической деятельности;

формирование стабильной нормативной базы внешнеэкономической деятельности.

Таким образом, внешнеэкономическую деятельность вправе осуществлять объединения, предприятия и организации промышленности, сельского хозяйства, транспорта, связи, строительства, коммерческие структуры, торгово-посреднические организации.

В целом анализ хозяйственной деятельности предприятия, конкурентоспособности выпускаемой продукции и самого предприятия необходим для того, чтобы оценить потенциальные возможности в конкурентной борьбе на том или ином рынке и разработать меры и средства, при помощи которых можно повысить конкурентоспособность и обеспечить собственный успех.

1. Сущность и основные понятия внешнеэкономической деятельности предприятия.

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

В России до самого последнего времени велась по сути дела внешнеторговая деятельность, а не внешнеэкономическая, включающая помимо внешней торговли технико-экономическое и научно-техническое сотрудничество. Наиболее рациональными и эффективными формами научно-технического сотрудничества являются:

создание общих научно-технических центров, бюро, лабораторий для использования новейших научно-технических идей; совместные эксперименты;совместные изыскание и изучение зарубежного опыта в области организации производства и труда.

Рассмотрим подробнее внешнеэкономическую деятельность.

***Внешнеэкономическая деятельность***

Производственно-хозяйственная

Организационно-экономическая

Коммерческая

Выбор экспортной стратегии

Процессы выхода на внешний рынок

Внешнеторговые сделки

Производство экспортной продукции

Планирование внешнеторговой операции

Экспортные

Импортные

Организация рекламы

Вспомогательные операции

Выбор форм и методов работы на внешнем рынке

Транспортные

Страховые

Валютные и финансово-кредитные

Внешнеторговая деятельность

Международное инвестиционное сотрудничество

Производственная кооперация

Рис. 1. Внешнеэкономическая деятельность предприятия.

Понятие внешнеэкономической деятельности как таковое в России появилось только в 1987 г., с началом осуществления внешнеэкономических реформ, суть которых сводилась к децентрализации внешней торговли и переходу от межправительственных внешнеэкономических связей к внешнеэкономической деятельности на уровне предприятий.

Так, в результате реформ понятие «внешнеэкономические связи» дополнилось понятием «внешнеэкономическая деятельность».

К середине 80-х гг. выявились негативные стороны развития внешней торговли в нашей стране, такие как:

отсталая стратегия и товарная структура экспорта и импорта;

падение темпов внешнеторгового оборота;

устарелые формы организации работы на внешнем рынке.

Это и явилось результатом одностороннего развития внешнеторговых отношений. Экспортные отношения строились на чрезмерном объеме продаж сырья и энергоносителей, в итоге доля российской продукции в общем объеме мирового экспорта к началу 90-х гг. не превышала 3,5 %.

Однообразие и неизменность импортных позиций в течение длительного периода привели к прекращению развития в стране многих отраслей и направлений производства. Были слишком завышены объемы закупок товаров народного потребления и продовольствия, достигавшие ежегодно 30,5 – 30,6 % всего импорта.

Перечисленные негативные факторы послужили основной причиной реформирования внешнеэкономических связей, направленных:

на расширение прав отраслевых министерств и ведомств, предприятий, объединений.

на расширение числа участников внешнеэкономической деятельности за счет создания совместных предприятий, международных объединений и организаций;

на развитие экспортного потенциала России, включая совершенствование его структуры, повышение степени конкурентоспособности и увеличение доли продукции;

на развитие механизма государственного стимулирования экспорта;

на формирование современной инфраструктуры внешнеэкономической деятельности.

Следовательно, проводимые в стране экономические реформы, направленные в целом на формирование рыночных отношений, обуславливают необходимость возможности для предприятий, фирм, кооперативов и их союзов независимо от формы собственности выхода на внешний рынок.

2. Основные цели и задачи внешнеэкономической деятельности.

Внешнеэкономические связи представляют собой хозяйственные, торговые, политические отношения между странами, устанавливаемые на уровне правительств тех или иных государств.

Обозначим цели и задачи. Цели внешнеэкономической деятельности: ознакомление с различными аспектами внешнеэкономической деятельности предприятий с зарубежными организациями и фирмами, а так же рассмотрение приемов исследования и оценки перспективных аспектов внешнеэкономической деятельности предприятия.

Основные цели внешнеэкономической деятельности:

изменение объема экспорта и импорта;

обеспечение страны необходимыми ресурсами (сырьем, энергией и др.);

изменения соотношения экспортных и импортных цен.

Данные цели достигаются через решение следующих задач:

1)изучение теоретических основ международного разделения труда и международной торговли;

2)изучение приемов и методов международной торговой политики;

3)изучение методов международного ценообразования;

4)изучение организации и техники внешнеэкономических операций.

Следует различать понятия «внешнеэкономические связи» и «внешнеэкономическая деятельность».

Внешнеэкономическая деятельность, в отличие от внешнеэкономических связей, осуществляется на уровне производственных структур (фирм, организаций, предприятий) с полной самостоятельностью в выборе номенклатуры товара для экспортно-импортной сделки, в определении цены и стоимости, объема и сроков поставки.

Так внешнеэкономическую деятельность можно представить как совокупность определенных внешнеэкономических функций субъекта хозяйствования: производственно-хозяйственных, организационно-экономических, коммерческих.

2.1. Формы организации внешнеэкономической деятельности на уровне предприятия.

Для эффективного управления внешнеэкономической деятельностью на уровне предприятия нужна адекватная условиям его работы структура управления. Организационная структура управления внешнеэкомической деятельностью предприятия определяется, прежде всего, теми целями и задачами, которые она призвана решать.

Наибольший опыт управления внешнеэкономической деятельностью накоплен в специализированных внешнеторговых организациях (ВТО).

Ведущей структурной единицей ВТО является фирма, работа которой специализируется на торговле определёнными товарами либо с группой стран. Возглавляет фирму директор и в зависимости от объёма работа – несколько его заместителей.

Функциональные отделы и службы, содействующие работе специализированных фирм и ВТО, можно условно разделить на три группы.

1. Группа отделов и служб, осуществляющих планирование:

а) планово-экономический отдел – планирование внешнеторговой деятельности и контроль выполнения плана, анализ хозяйственной деятельности ВТО;

б) валютно-финансовый отдел – валютное планирование и контроль за банковскими, кредитными и расчётными операциями, соблюдение интересов ВТО при внешнеторговых сделках;

в) транспортный отдел – планирование и обеспечение перевозок экспертных и импортных грузов;

г) бухгалтерия ВТО – учёт и отчётность, расчёты с банками, поставщиками и сторонними организациями, расчёт и выплата заработной платы, анализ результатов финансовой деятельности по объединению и рекомендации по её улучшению.

2. Группа отделов, занимающихся непосредственно маркетингом:

а) отдел конъюнктуры и цен – исследование спроса, предложения, динамики цен, структуры рынков, систематизация конъюнктурных материалов, координация работа фирм с общими иностранными агентами, методическое руководство и контроль правильности расчётов и применения цен фирмами при подготовке и заключении контрактов.

б) отдел рекламы и выставок – обеспечение рекламной деятельности ВТО, организация участия специализированных фирм в международных выставках и ярмарках;

в) инженерно-технический отдел – изучение действующих на мировом рынке технических требований к товарам, информирование о них непосредственных производителей товаров, анализ технического уровня и качества продукции, ей конкурентоспособности, подготовка соответствующих заключений и рекомендаций специализированным фирмам по этим вопросам;

г) отдел совместных предприятий – координация, планирование и

контроль деятельности совместных предприятий, созданных с участием иностранного капитала на территории России и т.д.

д) отдел технического обслуживания и запчастей – организация гарантийного и послегарантийного технического обслуживания экспортируемых объединением товаров в зарубежных странах.

3. Группа отделов, обеспечивающих принятие и исполнение управленческих решений:

а) отдел развития – совершенствование организационной структуры объединения;

б) отдел АСУ (ВЦ) – автоматизация расчётов, внедрение экономико-математических методов и ЭВМ в практику работы объединения и фирм, создание баз данных и ведение их;

в) отдел кадров – вопросы подбора и расстановки кадров, ведение личных дел работников;

г) отдел загранкомандировок – оформление командировок за границу;

д) канцелярия – регистрация и контроль организационно-распорядительной документации и переписки;

е) административно-хозяйственный отдел – снабжение необходимыми для работы объединения материалами и оборудованием, ответственность за эксплуатацию здания, другая хозяйственная работа;

ж) юридический отдел – помощь в составлении условий контрактов и соглашений, консультация фирм по вопросам презентаций и рекламаций, разногласий, защита интересов ВТО в судах и т.д.

з) протокольный отдел – выполнение поручений руководства ВТО и фирм по встречам, приёму и проводам представителей иностранных фирм, прибывших с деловыми целями.

Иногда юридический и протокольный отделы, а также бухгалтерия и отдел кадров подчиняются непосредственно генеральному директору ВТО, выполняя те же функции.

Создание такой разветвлённой структуры управления ВЭД характерно для предприятий независимо от их организационно-правовой формы, когда их деятельность целиком и полностью сосредоточена на внешних рынках.

На промышленных предприятиях, активно участвующих во внешнеэкономической деятельности, внешнеторговый аппарат существует в основном в двух формах: как часть внутрипроизводственной структуры в виде внешнеэкономического отдела и как относительно самостоятельное подразделение в виде внешнеторговой фирмы.

На предприятиях за последние 10 лет накоплен значительный опыт осуществления внешнеэкономической деятельности.

2.2. Участники внешнеэкономической деятельности.

Совокупность современных участников внешнеэкономической деятельности можно классифицировать по ряду принципов: профилю внешнеэкономической деятельности; характеру совершаемых внешнеторговых операций; организационно-правовым формам, определяющим порядок их образования, принадлежность капитала и порядок распределения доходов. Развитие внешнеэкономической деятельности сопровождается изменением облика ее субъекта. Рассмотрим основные типы современных субъектов внешнеэкономической деятельности (рис. 2).

**УчастниКи ВЭД**

**По профилю ВЭД**

**По характеру внешнеторговых операций**

**По организационно-правовым нормам**

Коммерческие организации

1) хозяйственные товарищества и общества;

2) государственные и муниципальные предприятия

Экспортеры

Специализированные посредники

Импортеры

Производители-экспортеры без посредников

1) производственные объединения;

2) консорциумы;

3) совместные предприятия;

4) производственные кооперативы

Организации-посредники:

1) ВО МВЭС;

2) отраслевые ВЭО;

3) смешанные общества;

4) торговые дома

Коммерческие организации:

1) общественные организации;

2) потребительские кооперативы;

3) ассоциации и союзы

Содействующие организации:

1) ассоциации внешнеэкономического сотрудничества;

2) международные неправительственные организации;

3) специализированные ВО и фирмы МВЭС;

4) Торгово-промышленная палата России;

5) банки

Рис 2. Участники внешнеэкономической деятельности.

Для осуществления внешнеэкономических связей необходимо следующее:

1) государственная регистрация предприятия по месту нахождения предприятия (утверждение учредительных документов: устава и договора, а также получение свидетельства о государственной регистрации);

2) стать на учет в налоговом управлении по месту регистрации;

3) получить в установленном порядке печать, штамп;

4) зарегистрироваться в государственном реестре.

Определение экономической целесообразности намечаемой коммерческой сделки предполагает так же и соблюдение следующих основных положений:

- экспортно-импортная операция основывается на принципе полной самоокупаемости (в том числе валютной), самофинансирования, т.е. основных принципов полного хозрасчета;

- объем предполагаемой сделки устанавливается исходя из имеющихся в распоряжении предприятия ресурсов: материальных, валютных, интеллектуальных;

- коммерческой сделки должны предшествовать тщательный маркетинг, технико-экономическое обоснование, должны быть просчитаны и рассмотрены многочисленные варианты возможных коммерческих сделок;

- организация коммерческой сделки должна вестись с соблюдением нормативно-правовых актов (международных законов, указов, постановлений соответствующих органов; двусторонних государственных соглашений).

Вновь созданному предприятию не следует начинать свою деятельность с внешнеэкономических связей с зарубежными партнерами, необходимо накопить определенный опыт, работая на внутреннем рынке.

К основным формам относят:

Консорциумы – форма объединения предприятий производственного и внешнеэкономического профиля деятельности. Их доля в общей численности участников внешнеэкономической деятельности составляет не более 0,5 %. Создаются консорциумы для реализации крупномасштабных проектов (например, строительство объектов за рубежом). Участниками консорциума являются предприятия-производители и поставщики экспортной продукции, проектные и финансовые организации. Действие консорциума может иметь разовый (при строительстве конкретного объекта) и долговременный характер (при необходимости реализации какой-либо внешнеэкономической программы).

Внешнеэкономические организации (ВО) МВЭС обслуживают ВЭС государственного уровня на условиях межправительственных соглашений, в том числе экспорт по лицензиям Министерства внешнеэкономических связей (МВЭС), специальный (критический) импорт по отдельным решениям правительства.

Отраслевые внешнеэкономические объединения (ВЭО) призваны содействовать развитию внешнеэкономической деятельности предприятий и объединений отрасли.

Смешанные общества создаются за границей с участием средств крупных российских экспортеров и иностранных партнеров. Цель создания смешанных обществ – содействие расширению отечественного экспорта. Через смешанные общества получают более полную информацию о рынке сбыта, степени конкурентоспособности продукции.

Торговые дома представляют собой ассоциации самого различного рода внешнеторговых, производственных, транспортных, складских, научно-исследовательских, банковских и страховых организаций, входящих в их состав на добровольной основе и осуществляющих свою деятельность как у себя в стране, так и за рубежом. Близки к торговым домам, но с меньшей универсализацией (сбыт собственной национальной продукции) трейдинговые компании. Основными функциями трейдинговых компаний являются выбор «рынка для товара и товара для рынка», предоставление кредита покупателю, транспортировка, оформление документации.

Основными задачами ассоциаций внешнеэкономического сотрудничества являются:

1) оказание практической помощи участникам внешнеэкономической деятельности в вопросах комплексного изучения мировых рынков, правового обеспечения внешнеторговых сделок, содействие в подготовке внешнеторговых контрактов и поиске партнеров;

2) проведение семинаров, конференций;

3) издание справочников, сборников.

Пример. «Интерэлектро» – объединение по сотрудничеству в области электроники. Создано при участии Германии, Италии, Великобритании. «ВЕСТ» – Восточно-европейское сотрудничество и торговля (создано в 1991 г.): в числе учредителей 700 организаций и фирм Венгрии, Польши, Чехии, России, стран СНГ.

Значительная часть мирового товарооборота осуществляется через торговых агентов-посредников. Агент обязан соблюдать агентское соглашение.

Простые посредники, или «брокеры», заключают сделки купли-продажи от имени и за счет принципала. Они не являются стороной в контракте, а выполняют функцию поиска товаров и партнеров по сделке, получая за это специальное брокерское вознаграждение – куртаж (0,25 – 3 % от стоимости сделки). Брокерскую сделку, как правило, оплачивает тот, кто первый обратился к брокеру.

Комиссионер, с одной стороны, выражает интересы принципала, с другой – выступает продавцом от собственного имени, но за счет принципала. Сторонами комиссионного соглашения являются комитент и комиссионер. Комиссионеру поручается продать товар за определенное комиссионное вознаграждение на территории конкретной страны или группы стран; при этом оговаривают минимальную цену, ниже которой комиссионер не имеет права продавать товар.

Аукционист выступает в роли агента, имеющего разрешение на аукционную торговлю, обеспечивает продажу товара участнику аукциона, предложившему за него наиболее высокую цену.

Дистрибьюторы (сбытовые посредники) заключают контракты купли-продажи с продавцами и покупателями от своего имени и за свой счет как обычные торговые фирмы, занимающиеся перепродажей товаров.

Экспедитор занимается предоставлением услуг по отправке груза, принимая его у отправителя и передавая основному перевозчику. Он обладает специальными знаниями об особенностях транспортировки и отправки грузов, их различной специфики (например, жидкий криогенный продукт).

Коммивояжеры представляют собой посредников в сбыте товара экспортера за границей.

3. Структура предприятий осуществляющих внешнеэкономическую деятельность.

Предприятия, организации, фирмы, участвующие во внешнеторговой деятельности, то есть осуществляющие экспортно-импортные операции, можно подразделить на следующие группы:

Предприятия-товаропроизводители, которые производят продукцию. Это многочисленные объединения, предприятия и организации промышленности, сельского хозяйства, перерабатывающих отраслей агропромышленного комплекса, строительства и т.д. В зависимости от масштаба, объема экспортируемой продукции предприятие-производитель может иметь специальное подразделение, иногда выделяемое во внешнеторговую структуру на правах юридического лица. На предприятиях - товаропроизводителях с небольшим объемом экспортно-импортных товаров создаются отдельные подразделения.

Внешнеторговое подразделение в составе производственного или научного объединения, предприятия, организации или кооператива является его структурным подразделением, не обладает статусом юридического лица и имеет право заключать внешнеторговые сделки, а также хозяйственные договоры с другими организациями от имени и по поручению той организации, в составе которой она создана.

Организации, фирмы, коммерческие структуры-посредники. К ним относятся биржи, брокерские конторы, сбытовые, торговые фирмы и другие торгово-посреднические структуры.

Организации, фирмы, которые обслуживают, обеспечивают внешнеторговую деятельность. К этой группе относятся коммерческие банки, страховые компании, рекламные и маркетинговые агентства, аудиторские фирмы, транспортные организации (авто, авиа, железнодорожные, морские и речные), организации средств связи, консультативные компании и другие.

К этой группе организаций, фирм относятся:

- инженерно-консультационные (инжиниринговые) фирмы; фирмы, специализирующиеся на предоставлении инженерно-консультационных услуг на внутреннем и международном рынках. Осуществляют предпроектные работы, управление строительством объектов, подготовку кадров, оказывают многие другие услуги.

- консалтинговые фирмы предоставляют услуги по исследованию и прогнозированию рынка (товаров, услуг, лицензий, ноу-хау и т.д.).

- организация по оказанию помощи и консультированию предприятий в области финансов.

Задача аудита - предоставлять консультационные услуги и контролировать состояние финансовой деятельности и бухгалтерского учета на предприятиях.

3.1. Анализ внешнеэкономической деятельности предприятия.

Анализ текущих результатов хозяйственной деятельности своего предприятия предполагает выяснение его экономического потенциала, общих результатов хозяйственной деятельности, финансового положения, эффективности производственно-хозяйственной и внешнеэкономической деятельности за соответствующий период.

Анализируются такие показатели как активы, основной капитал, качество и стоимость произведённой продукции, количество и размещение производственных и сбытовых подразделений предприятия, как в своей стране, так и за границей и другие показатели, характеризующие экономический потенциал предприятия.

В анализе хозяйственной деятельности важны разделы, характеризующие изменение показателей общих расходов с разбивкой по статьям, показателей поступления средств (прибыль, амортизация, субсидии и дотации, эмиссия акций, увеличение долгосрочной и краткосрочной задолженности), показателей использования средств(выплата дивидендов, капиталовложения, погашения задолженности).

Очень важное значение имеет анализ показателей эффективности деятельности предприятия: прибыли, фондоотдачи, оборачиваемости оборотных средств, производительности труда и др. Проводится анализ показателей финансового положения предприятия.

Анализ хозяйственной деятельности необходим для выявления текущих изменений и отклонений от плановых показателей, а также изменений за текущий (отчётный) период. Глубокий и тщательный анализ производственно-хозяйственной деятельности, в том числе деятельности на внешних рынках, - необходимая база принятия эффективных управленческих решений.

Наряду с параметрами, описывающими основные количественные и качественные характеристики, важно анализировать так называемые мягкие параметры, характеризующие внешний вид товара (дизайн, цвет и др.), его упаковку, товарный знак и др.

После проводится анализа конкурентоспособности товара по потребительским параметрам и установления факта его соответствия требованиям потребителей и нормативным актам, регламентирующим доступ товара на конкретный рынок, проводится анализ конкурентоспособности по экономическим (стоимостным) параметрам товара. Величина экономических параметров определяется ценой изделия, расходами на его транспортировку, установку, обучение персонала. Эксплуатационными расходами, стоимостью ремонта, расходами на техническое обслуживание, налогами, страховыми взносами и т.д. Сумма всех этих затрат будет определять цену потребления, т.е все затраты потребителя в течение всего срока службы. Цена потребления – один из важнейших показателей конкурентоспособности.

Оценку степени удовлетворения предлагаемого товара потребности покупателей проводят с помощью сводного параметрического индекса , который может быть рассчитан по формуле:



где - удельный вес i – го параметрического индекса, отражающего степень важности данного параметра для покупателя;



- значение параметрического индекса i – го параметра;



- количество сравниваемых параметров изделия



Аналогично рассчитывается сводный индекс конкурентоспособности по экономическим параметрам .



где - удельный вес j – го экономического индекса, отражающего степень важности для покупателя, данного параметра;



- значение индекса j – го экономического параметра;



- количество оцениваемых экономических параметров товара.



Расчёт сводных индексов по потребительским и экономическим параметрам даёт возможность вычислить интегральный показатель относительной конкурентоспособности К нашего товара по сравнению с товаром, выбранным в качестве образца:



Если К > 1.0, анализируемое изделие превосходит по конкурентоспособности образец, если К = 1.0 – находится на одинаковом уровне и, если К < 1.0 – уступает ему.

Таким образом, улучшить интегральный показатель конкурентоспособности можно, увеличивая и/или уменьшая .



При разработке мероприятий по повышению конкурентоспособности товара важно оценивать затраты на улучшение параметров изделия в сравнении с возможной выручкой (прибылью), которая ожидается от реализации на внешнем рынке.

Величина экономических параметров определяется ценой изделия, расходами на его транспортировку, установку, обучение персонала. А так же эксплуатационными расходами, стоимостью ремонта, расходами на техническое обслуживание, налогами, страховыми взносами и так далее. Сумма всех этих затрат будет определять цену потребления, т.е все затраты потребителя в течение всего срока службы.

Цена потребления – один из важнейших показателей конкурентоспособности.

Виды операций во внешнеэкономической деятельности.

Предприятия осуществляют во внешнеэкономических отношениях ряд операций, которые можно классифицировать на 3 группы:

I. операции купли-продажи товаров;

II. операции купли-продажи услуг;

III. операции купли-продажи научно-технической продукции.

Операции купли-продажи товаров являются традиционными для практики внешнеторговых организаций в нашей стране.

Сделки по купле-продаже товаров предполагают, что продавец обязуется передать товар в собственность покупателя в обусловленные сроки и на определенных условиях, а покупатель обязуется принять товар и уплатить за него согласованную цену.

Основными видами операций купли-продажи являются:

1. Экспортные - это продажа и вывоз за границу товаров для передачи их в собственность иностранному контрагенту.

2. Импортные - закупка и ввоз иностранных товаров для последующей реализации их на внутреннем рынке своей страны.

3. Реэкспортные - это вывоз за границу ранее ввезенных товаров, не подвергшихся в реэкспортирующей стране какой-либо переработке.

4. Реимпортные - это ввоз из-за границы ранее вывезенных отечественных товаров, не подвергшихся там переработке.

Встречная торговля объединяет внешнеторговую деятельность, что предусматривается в единых соглашениях встречных обязательств экспортеров и импортеров по закупке друг у друга товаров.

Операции купли-продажи услуг являются в большинстве случаев самостоятельными, обособленными от купли-продажи товаров.

Выделяются 2 основных группы операций купли-продажи услуг:

1) основные;

2) обеспечивающие.

К основным операциям купли-продажи услуг относятся:

а) инжиниринг;

б) аренда;

в) международный туризм.

Операции купли-продажи научно-технической продукции выделяют в самостоятельную группу в связи с тем, что они могут иметь не только научную, но и коммерческую ценность.

В этой группе операций различают:

1)операции по купле-продаже патентуемой научно-технической продукции (изобретений, товарных знаков, промышленных образцов и др.);

2)операции по купле-продаже, не патентуемой научно-технической продукции;

3)обмен результатами научно-исследовательских работ.

4. Стратегия и особенности ценообразования во внешнеэкономической деятельности предприятия.

Цены экспортных и импортных контрактов устанавливаются на базе мировых цен, что естественно отличает методику ценообразования во внешнеэкономической деятельности от, той которой руководствуются при определении цен внутреннего рынка. Выполнение данного требования – одно из основных условий работы предприятия на внешнем рынке.

Для расчета выгодных условий исходя из реальной статистики для предприятия в процессе ценообразования сначала строится индекс экспортных цен (в единицах национальной или другой валюты) :

,

где - доля каждого (i-го) товара в суммарной стоимости экспорта в базисном году, а - отношение текущей цены на этот товар к его цене в базисном году. Такой же индекс можно рассчитать для импортных цен.

,

где - доля каждого товара в суммарной стоимости импорта в базисном году, а определяется так же, как и раньше. Таким образом, условия торговли равны отношению двух индексов:

.

Рост этого показателя обычно называют ростом прибыли предприятия.

Особенности формирования цен на мировых товарных рынках определяется действием механизма ценообразования, которым можно разделить всё на две группы: факторы, действие которых подчинено закону стоимости и факторы, влияющие на цены в сфере обращения товара.

Величина стоимости находится в прямой зависимости от продолжения рабочего времени, общественно необходимого для изготовления товара: чем больше времени расходуется на производство товара, тем выше его стоимость и соответственно цена. Но на цену помимо стоимости влияют также факторы, связанные с условиями реализации товара.

Любое предприятие устанавливает исходную цену, а затем корректирует её с учётом различных факторов. Но они не просто назначают ту или иную цену. Кроме того, предприятие действует в условиях постоянной конкуренции и отвечает на ценовые изменения конкурентов. Стратегический подход предприятия к проблеме ценообразования частично зависит от жизненного цикла товара.

Стратегия «снятия сливок» включает в себя установление на запатентованный товар высокой цены, чтобы снять первые «сливки» (крупную выручку) с рынка. После того как первая волна сбыта замедляется, предприятия снижают цены (но не намного), чтобы привлечь следующий поток клиентов, которых устраивает новая цена. Действуя подобным образом, есть возможность снять максимальную финансовую прибыль.

Стратегия прочного внедрения на рынок включает в себя установление на новинку сравнительно низкую цену в надежде на привлечение большего числа покупателей и завоевание большой доли рынка.

Для того чтобы рассчитать исходную цену товара предприятия, как мы уже говорили пользуются различными подходами к проблеме ценообразования. Один из таких подходов – установление цены по географическому принципу, когда предприятие решает, как именно рассчитывать цену для удаленных потребителей. Так как доставка товаров далеко находящемся клиентам обходятся фирме дороже, чем доставка товаров клиенту расположенному поблизости. Многие отросли пользовались таким методом (строительная, автомобильная, сахарная и т.д.).

Заключение

На всех исторических этапах внешнеэкономическая деятельность оказывала влияние на решение экономических проблем на различных уровнях: народного хозяйства в целом, отдельных регионов, объединений, предприятий.

Как часть общей структуры народного хозяйства внешнеэкономические связи оказывают воздействие на внутрихозяйственные пропорции, размещение и развитие производительных сил. Реформирование международной деятельности призвано помочь преодолеть создавшееся положение.

Важное место среди вопросов организации и техники проведения внешнеэкономических операций занимает заключение внешнеторгового контракта. От того, насколько профессионально составлен контракт, зависит успех сделки в целом.

Выход на внешний рынок требует от предприятия, фирмы, компании значительных дополнительных усилий. При этом риск в работе увеличивается, и представление о производственных и коммерческих издержках также существенно изменяется. Предприятиям, которые участвуют во внешнеэкономических связях необходимы специалисты, которые отлично разбираются в вопросах внешнего рынка и только тогда предприятия смогут пережить всевозможные кризисы, получить прибыль и займут высокое положение на внешнем рынке.

Итак, подводя итоги своей работы, я хочу отметить, что моя тема для нашей страны очень актуальна и, на мой взгляд, наша страна должна уделять большое внимание внешнеэкономической деятельности предприятий, фирм. Необходимо поднимать экономику страны, повышать, таким образом, конкурентоспособность на мировом рынке, увеличивать различные зависящие от этого показатели, усовершенствовать законы. Наша страна, к сожалению, стоит на низком уровне экономики в целом. Потому все описанные мною операции надо совершенствовать, качество товаров и продукции – тоже.

В своей курсовой работе я показал, как совершается внешнеэкономическая деятельность у предприятий, её особенности, этапы и стратегии, её примерный ход и различные виды, формы и структуры.

Список литературы

1.Л. Е. Стровский, С. К. Казанцев, Е. А. Паршина . Внешнеэкономическая деятельность предприятия: Учебник для вузов . – 3 е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004.-318с.

2.С. И. Долгова, И. И. Кретова.Предприятие на внешних рынках: Внешнеторговое дело: Учебник – М.: БЕК, 1997.-68с.

3.Прокушев Е. Ф. Внешнеэкономическая деятельность: Учеб.-практич. пособие. – М.: ИВЦ «Маркетинг», 1998.-114с.

4.Шагалов Г., Пресняков В., Фаминский И. Регулирование внешнеэкономических связей. – М.: ИНФРА-М, 1997.-72с.

5.Долгов С.И., Кретова И.И. «Предприятие на внешних рынках: Внешнеторговое дело», Москва 1997.-251с.

6.Фишер, Дорнбуш, Шмалензи «Экономика», Москва 1993.-99с.

Лист замечаний