



ОСНОВНЫЕ ВНЕШНЕТОРГОВЫЕ СТРАТЕГИИ, ПРИМЕНЯЕМЫЕ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Подготовили студентки 3 курса экономического
факультета
группы Эб 02\1404,
Моряк Илона и Толомушева Сезим.



План доклада-презентации:

- Введение;
- Сущность понятия «стратегия»;
- Классификация стратегий предприятий;
- Этапы выработки стратегии внешнеторговой деятельности предприятия;
- Вывод;
- Список источников.



ВВЕДЕНИЕ

Начав внешнеторговую деятельность, предприятие любой формы собственности сталкивается с рядом таких трудностей, как:

- ❑ выбор надежного иностранного партнера;
- ❑ недостаточная готовность руководства хозяйствующих субъектов к преодолению трудностей и корректировке потребности в финансовых средствах для экспортной деятельности;
- ❑ неспособность выдавать служебную, коммерческую и гарантийную документацию на языках, понятных контрагентам зарубежных стран;
- ❑ различные правовые, а также политические проблемы и т.п.

Избежать всех вышеперечисленных трудностей позволяет только предварительно разработанная **стратегия**.



внешнеторговой деятельности

- это набор правил для принятия решений, которыми предприятие руководствуется в своей деятельности в условиях рыночных отношений и, в частности, правила, в соответствии с которыми складываются отношения с внешней средой, определяющие, какие виды продукции и технологии оно будет разрабатывать, куда и кому сбывать свою продукцию, каким образом добиваться превосходства над конкурентами.
- Этот набор правил еще называют **продуктово-рыночной стратегией**, или **стратегией бизнеса**



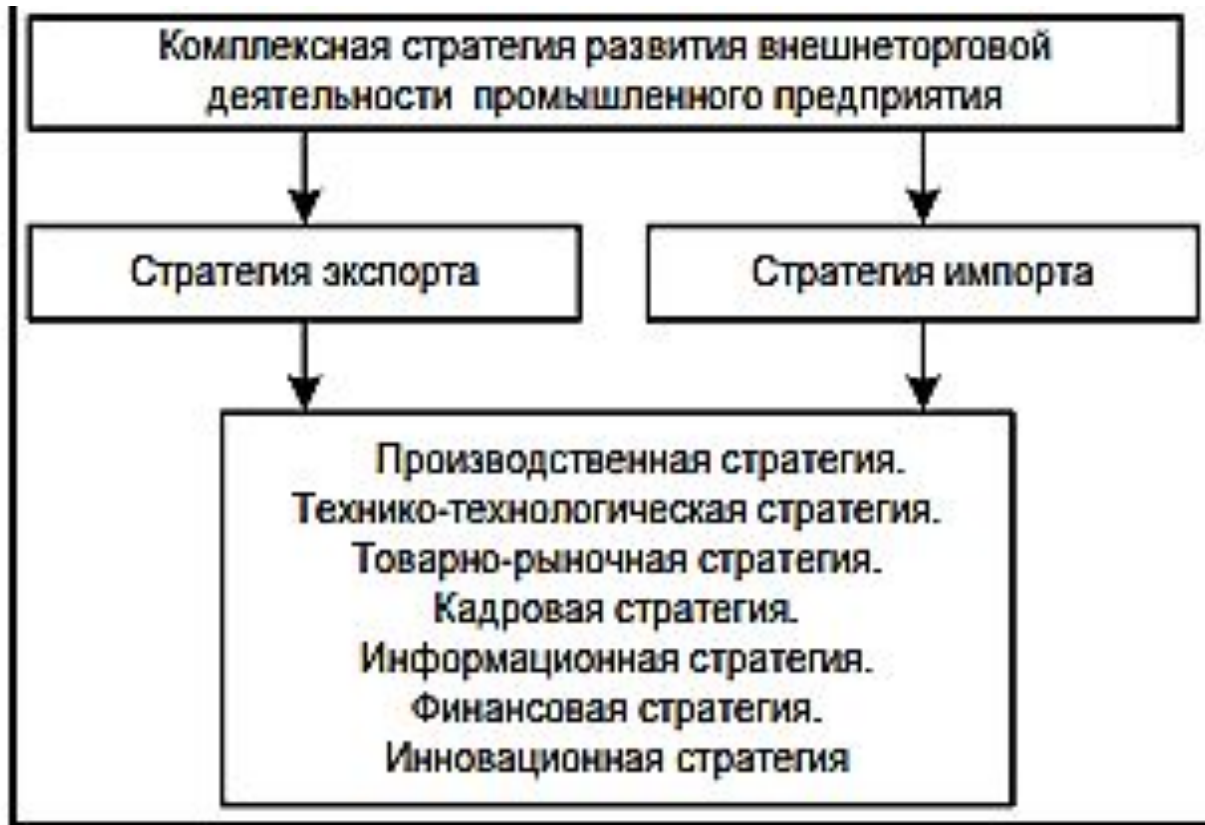
Классификация стратегий предприятий

Обычно выделяются стратегии:

- **по традиционным факторам производства** (технологическая, товарно-рыночная, финансово-инвестиционная, кадровая и др.),
- **в зависимости от вида внешнеторговой деятельности** (экспортная и импортная),
- **стадиям воспроизводственного цикла** (производственная, закупочная, сбытовая, дистрибьюторская),
- **степени присутствия на рынке** (роста, ограниченного роста, сокращения и комбинирования) и др.



ОСНОВЫ МЕТОДОЛОГИИ РАЗРАБОТКИ КОМПЛЕКСНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ



- Она определяет принципы осуществления экспортно-импортных операций, с учетом действующего в стране и за ее пределами законодательства.



Производственная стратегия

определяет, что именно предприятие **производит** само, а что приобретает у поставщиков или партнеров, в том числе зарубежных, включая масштабы производства и качество продукции.



Технико-технологическая (технологическая) стратегия

это комплекс согласованных стратегических решений, определяющих **технологический** тип предприятия и его оснащения зарубежными технологиями и оборудованием, а также экспорта отечественной продукции, технологий и оборудования.



Товарно-рыночная стратегия

включает в себя товарную и рыночную стратегии:

- товарная стратегия определяет выбор номенклатуры продукции и ее обновление,
- рыночная - методы исследования внутренних и внешних региональных рынков, продвижения и поставки на эти рынки продукции предприятия и создания условий, способствующих импортным поставкам продукции, сырья и материалов и технологий для собственных производственных нужд.



Кадровая стратегия

определяет пути кадрового обеспечения предприятия, в частности организации и управления внешнеторговой деятельностью с учетом специфики кросскультурных коммуникаций с зарубежными партнерами.



Информационная стратегия

определяет роль информационной системы предприятия в реализации ее стратегических планов, в том числе информационного обеспечения управления внешнеторговой деятельностью, включая исследование внутренних и внешних региональных рынков, организацию экспортных и импортных поставок.



Финансовая стратегия

предусматривает определение долгосрочных целей финансовой деятельности и выбор наиболее эффективных способов их достижения, включая финансирование внешне- торговой деятельности.

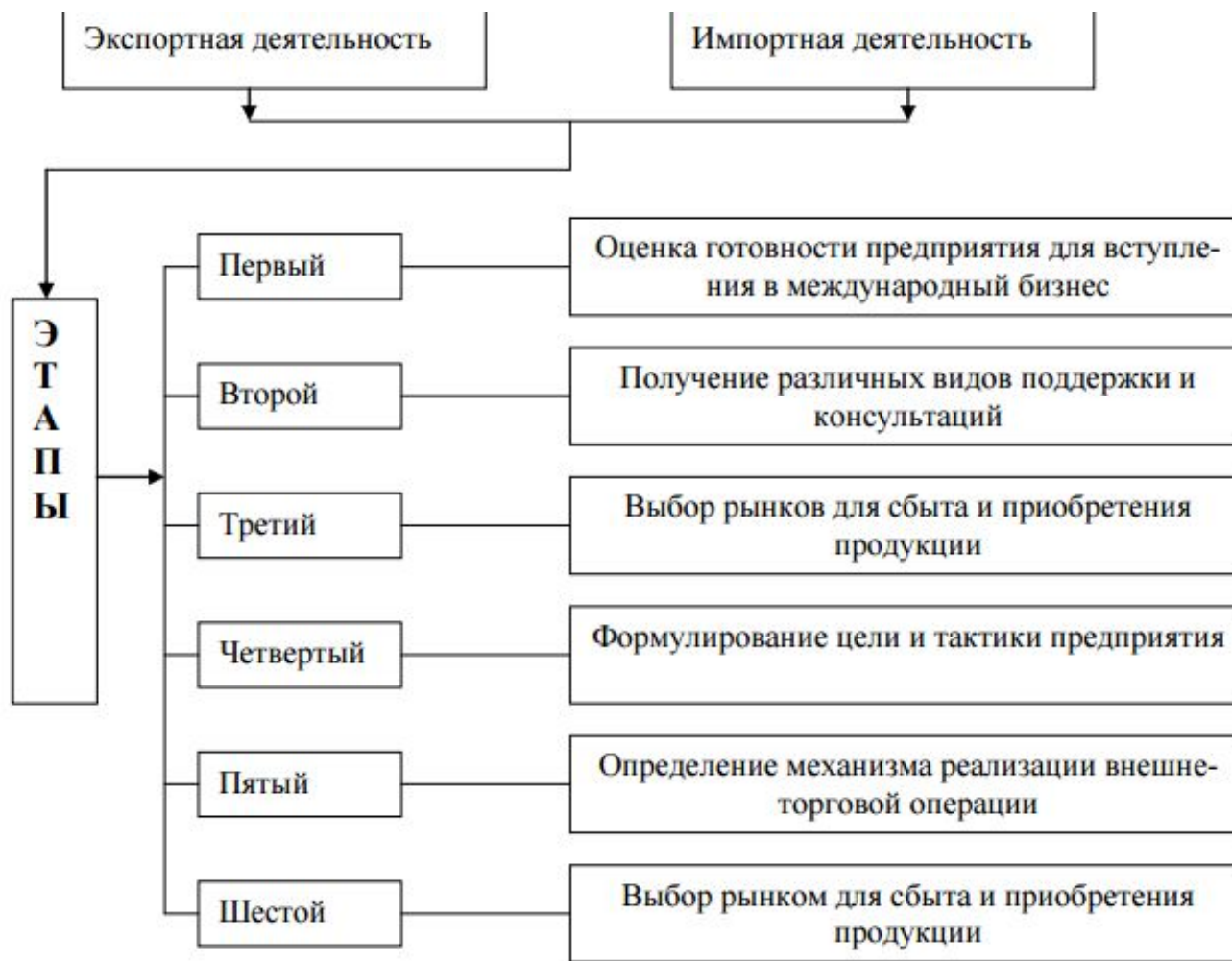


Инновационная стратегия

определяет пути развития инновационной сферы предприятия, производства и реализации инновационной продукции на экспорт и получения импортной продукции для модернизации собственного производства, а также применения инновационных технологий в сфере внешнеторговой деятельности для повышения конкурентоспособности предприятия на внешних и внутренних региональных рынках.



Этапы выработки стратегии внешнеторговой деятельности предприятия





ВЫВОД:

- ❑ При разработке стратегии развития внешнеторговой деятельности необходимо учитывать, что внешний рынок является важным источником передового управленческого опыта, деловой культуры и новых форм хозяйствования.
- ❑ Поэтому следует обратить особое внимание на разработку стратегии.
- ❑ Кроме того, следует широко применять методы и технологии экономической дипломатии – важнейший способ повышения конкурентоспособности страны на мировом рынке



СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

- **«Стратегия развития внешнеторговой деятельности промышленного предприятия в условиях либерализации внешнеэкономических отношений» // Петросян А.Д., к.э.н. // Аудит и финансовый анализ, 15.10.2013**
- **Басенко А.М., Ишанов И.В. «Формирование внешнеторговой стратегии как условие эффективной внешнеэкономической деятельности предприятия», // Логистика в портфеле ресурсов импортозамещающей индустриализации: антикризисные стратегии роста и развития в условиях санкционных ограничений. Материалы международного научно-практического XI Южно-Российского логистического форума . 2015**



**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!**