

декларанта и таможенного органа; слабая пропускная способность каналов связи – сообщение о совершении таможенной операции обрабатывается на нескольких различных серверах, из-за чего проведение сообщения может занять несколько суток.

УДК 339

## К ВОПРОСУ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

*Расолова М. А.*

*Международный университет «МИТСО»*

*e-mail: mariarasolova@gmail.com*

**Summary.** *This academic article considers the issue of forming a strategy for foreign economic enterprise activity, as well as its development and implementation methodology, which can be built on the basis of performing a number of consecutive stages adapted to the possibility of specific enterprise and its operating conditions.*

Стратегия внешнеэкономической деятельности предприятия – это прежде всего направление экономической стратегии, которое вырабатывает правила и приемы поведения предприятия на внешнем рынке, как в роли экспортера, так и импортера товаров и услуг. Она, в свою очередь, определяет принципы осуществления экспортно-импортных операций, с учетом действующего в стране и за ее пределами законодательства. Так, при выборе стратегии экспорта предприятие учитывает свой экспортный потенциал, выбирает рынки, определяет стратегические цели экспорта, вырабатывает тактику, распределяет ресурсы по формам экспортной деятельности.

При выборе стратегии экспорта фирма учитывает: свой экспортный потенциал, выбирает рынки, определяет стратегические цели экспорта, вырабатывает тактику, распределяет ресурсы по формам экспортной деятельности.

Внешнеэкономическую стратегию предприятия можно рассматривать также как искусство руководства внешнеэкономической деятельностью, включающее ее перспективное планирование и прогнозирование. На уровне предприятия такое планирование является управленческим процессом создания и поддержания стратегического соответствия между целями предприятия во внешнеэкономической деятельности, его потенциальными возможностями и шансами в этой сфере. Оно опирается на четко сформулированную программу деятельности предприятия по обеспечению его экономического и социального роста.

Основным звеном в разработке и реализации внешнеэкономической стратегии страны является предприятие (объединение, организация). Сам же процесс выбора стратегии проходит в несколько этапов: анализ всех сторон внешнеэкономической деятельности предприятия; анализ рынка на перспективу (анализ спроса и предложения); анализ возможностей предприятия.

Таким образом, выработка стратегии внешнеэкономической деятельности предприятия представляет собой процесс изучения мирового рынка, определения глобальной и локальных целей внешнеэкономической деятельности.

Современный внешнеэкономический механизм предусматривает для предприятий возможность участия в самых разных формах деловых операций: торговых, производственных, технических, инвестиционных, консультативных, рекламных и т. п. Им разрешено также создавать за рубежом свои филиалы и совместные предприятия, вести операции с ценными бумагами. Для формирования внешнеэкономической стратегии следует

прежде всего определить то, на что направлена в первую очередь внешнеэкономическая стратегия. Так, следует отметить несколько основных задач.

- осуществление экспортных и импортных операций, согласно осуществляемой предприятием услугой и (или) по закрепленной за предприятием номенклатуре;
- развитие экспорта товаров и услуг, повышение качества и конкурентоспособности экспортных товаров, организация технического обслуживания экспортной техники;
- изучение и использование конъюнктуры мирового рынка, определение наилучших условий экспорта товаров и услуг, обеспечивающих наибольшие валютные поступления;
- систематическое изучение и анализ достижений зарубежной науки и техники, направлений НТП, патентных и лицензионных материалов;
- разработка и проведение рекламных мероприятий с целью расширения экспорта;
- подготовка предложений по командированию специалистов предприятия за границу и руководство их деятельностью за рубежом, прием иностранных специалистов.

На основании обозначенных выше задач, можно выделить несколько последовательных этапов по формированию самой стратегии, которые включают в себя конкретные практические мероприятия в области разработки и реализации стратегии внешнеэкономической деятельности предприятия.

1 этап «Анализ сильных и слабых сторон предприятия» – который предполагает проведение всестороннего исследования компании, которое должно включать в себя не только анализ отдельных аспектов деятельности, но и анализ целостности наблюдаемой картины. Выявление сильных сторон, которые развивают имеющиеся и создают новые конкурентные преимущества компании, а так же выявление слабых сторон, которые могут привести к утрате в перспективе конкурентных преимуществ и возникновению кризисной ситуации.

2 этап «Постановка целей при разработке стратегии ВЭД» – это кратко- и долгосрочные результаты деятельности, которые необходимо достичь в процессе реализации стратегии ВЭД.

В зависимости от того, каково это соотношение, темп роста организации может быть быстрым, стабильным или может наблюдаться сокращение. Соответственно этим темпам роста могут устанавливаться цели быстрого роста, стабильного роста и сокращения. Процесс установления целей может проходить централизованно, децентрализованно или же носить промежуточный характер между полной централизацией и полной децентрализацией.

3 этап «Отраслевой анализ» – где, прежде всего, оценивается уровень инвестиционной привлекательности отрасли: доходность в отрасли, темпы роста отрасли, степень конкуренции и ее влияние на издержки, особенности международной конкуренции.

4 этап «Анализ рынка» производится по ряду параметров, которые имеют как качественное определение, так и количественные характеристики: продуктовые или товарные границы рынка – т.е. группа взаимозаменяемых товаров, определяется исходя из сплошного или выборочного опроса потребителей и товароведческой экспертизы; субъекты товарного рынка – где определяется перечень всех фактически действующих и потенциально возможных субъектов на определяемом товарном рынке.

5 этап «Анализ рыночной среды» – где внешнюю среду можно охарактеризовать следующими параметрами: взаимосвязанность факторов; сложность; подвижность; неопределенность.

6 этап «Проведение аудита ВЭД» во внутренней среде организации в процессе формирования стратегии ВЭД – направлен на выявление угроз и возможностей, которые могут возникнуть во внешней среде по отношению к организации, и сильных и слабых сторон, которыми обладает организация. Для решения этой задачи разработаны определенные приемы анализа среды, которые применяются в стратегическом управлении. Для принятия стратегических решений ключевыми задачами аудита являются следующие: сегментация; анализ конкурентоспособности предприятия; анализ доходности и прибыльности сегмента; портфельный анализ. Результаты аудита ВЭД аналитический отдел предоставляет различным отделам компании. Конечные пользователи получают этот продукт в виде справок и отчетов.

Если содержание этих отчетов будет неудовлетворительным, то независимо от качества исходных данных, оценка работы аналитического отдела будет очень низкой.

Подводя итог, можно сделать вывод, что решения, принимаемые предприятием в области формирования внешнеэкономической стратегии являются определяющими все дальнейшие действия предприятия. К ним также относятся решения об участии в той или иной форме в международном разделении труда, о выборе рынков и способов проникновения на них, о стратегиях рыночного поведения предприятия на выбранных рынках.

Таким образом, основываясь на вышеизложенном, методика разработки и реализации стратегии внешнеэкономической деятельности предприятия может быть построена на основе выполнения ряда последовательных этапов, результатом которых, при соответствующей реализации – будет стратегия внешнеэкономической деятельности, адаптированная под конкретное предприятие и его условия функционирования.

УДК 339

## К ВОПРОСУ ОБ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМАХ В ТАМОЖЕННОМ ДЕЛЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*Ровдо Е. А.*

*Международный университет «МИТСО»*

*e-mail: lena.rovdo@mail.ru*

**Summary.** *The scientific article mentions innovations in the field of customs organization related to facilitating the implementation of various customs formalities and procedures. However, their example in the national and global customs system can be traced to the main trend leading to the simplification of customs formalities, as well as saving money and time due to the development and implementation of information technologies in customs.*

В настоящее время развития информационных систем в таможенных службах государств, входящих в Таможенный союз, находится на высоком уровне. В Республике Беларусь внедрение информационных систем, информационных технологий закреплено Таможенным кодексом Республики Беларусь. Государственный таможенный комитет Республики Беларусь в целях совершенствования таможенного дела разрабатывает, создает и использует информационные системы и информационные технологии, в том числе основанные на электронных способах обмена информацией, а также средства их обеспечения на основе технических нормативных правовых актов, действующих в Республике Беларусь, в соответствии с Таможенным кодексом, иными законами и (или) актами президента Республики Беларусь.

В Республике Беларусь для совершенствования таможенных операций используется такая информационная технология, как национальная автоматизированная система электронного декларирования. Национальная автоматизированная информационная система электронного декларирования (НАСЭД) — система, осуществляющая информационную поддержку и автоматизацию таможенных операций, совершаемых должностными лицами таможенных органов и заинтересованными лицами (декларантами), с использованием письменных и электронных документов, а также обеспечивающая информационное взаимодействие таможенных органов Республики Беларусь с заинтересованными лицами и таможенными службами иных государств.

Целями и задачами организации таможенного оформления с использованием электронных таможенных документов являются: