

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ
СТРАТЕГИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Карапетян А. Г., м.н.с. отдела научно-технического и инновационного сотрудничества с государствами-участниками СНГ
Белорусский институт системного анализа и информационного обеспечения научно-технической сферы,
г. Минск, Республика Беларусь

Внешнеэкономическая деятельность во все времена являлась и является одним из главнейших направлений деятельности любой страны. В настоящий момент невозможно представить себе государство с развитой экономикой, разорвавшей экономические связи с остальными странами.

Активное использование внешних торговых операций позволяет государству не только наполнять необходимыми товарами национальный рынок, но и поддерживать устойчивое развитие национальной экономики страны.

Внешнеэкономическая деятельность (ВЭД) предприятия представляет собой сферу хозяйственной активности, связанную с международной производственной и научно-технической кооперацией, экспортом и импортом продукции для выхода предприятия на внешний рынок. ВЭД реализуется на уровне производственных структур, обладающих полной самостоятельностью в выборе внешнего рынка, иностранного партнера, объекта экспортно-импортной сделки, стоимости и цены контракта, сроков и объемов поставок, и выступает частью их производственно-коммерческой деятельности с внутренними и зарубежными партнерами.

Под стратегией принято понимать генеральную программу действий, определяющую приоритеты проблем и ресурсы, необходимые для достижения главной цели, считает К.Фляйшнер [1]. Внешнеэкономическую стратегию предприятия можно рассматривать 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.

Таким образом, стратегия ВЭД представляет собой направление экономической стратегии, которое вырабатывает правила и приемы поведения предприятия на внешнем рынке, как в роли экспортера, так и импортера товаров и услуг. При выборе стратегии экспорта предприятие учитывает: свой экспортный потенциал, выбирает рынки, определяет стратегические цели экспорта, вырабатывает тактику, распределяет ресурсы по формам экспортной деятельности.

К. Фляйшнер определяет, что основу импортной стратегии (стратегии импорта) составляет исследование цен и качества поставляемых товаров, сроки и качество обслуживания, определение технологического уровня импортируемых товаров и др., предполагает внимательное рассмотрение всех альтернативных вариантов, относящихся к долгосрочным целям, и их обоснование для принятия тех или иных стратегических решений [1]. При этом следует учитывать действие целого ряда как внешних, так и внутренних факторов.

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

Список источников

1. Фляйшнер, К. Стратегический и конкурентный анализ. Методы и средства конкурентного анализа в бизнесе / К. Фляйшнер – М.: Бинном. Лаборатория знаний, 2009. – С. 541.