

сии. 2011. № 7. – С. 23. URL: <https://kpfu.ru/portal/docs/F667235901/Dobroljubova.K.R..pdf> (дата обращения 13.04.2023).

4. Мамонтов А. Практический PR. Как стать хорошим PR-менеджером. СПб.: Питер, 2010. – С. 47. URL: <https://kpfu.ru/portal/docs/F667235901/Dobroljubova.K.R..pdf> (дата обращения 14.04.2023).

5. Маслова В. М. Управление персоналом / В. М. Маслова. – М.: ЮРАЙТ, 2023. – 452 с. URL: <https://www.litres.ru/valentina-maslova-89/upravlenie-personalom-5-e-izd-per-i-dop-uche-68832213/> (дата обращения 14.04.2023).

УДК 339.56

Студ. М.С. Нестерович

Науч. рук. доц. Н.А. Масилевич

(кафедра менеджмента, технологий бизнеса и устойчивого развития, БГТУ)

РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «БЗПИ»

Разработка стратегии развития внешнеэкономической деятельности предприятия является неотъемлемой частью его успешного функционирования. Данное направление деятельности ведения бизнеса имеет огромное значение для любой экспортоориентированной компании.

Целью исследований явилась разработка стратегии развития внешнеэкономической деятельности ОАО «БЗПИ». Для достижения цели поставлены следующие задачи:

- изучить теоретические основы формирования стратегии развития внешнеэкономической деятельности (ВЭД) организации;
- проанализировать производственно-хозяйственную и внешнеэкономическую деятельность ОАО «БЗПИ»;
- дать оценку эффективности ВЭД и разработать мероприятия по совершенствованию стратегии развития внешнеэкономической деятельности ОАО «БЗПИ».

Объект исследования – внешнеэкономическая деятельность ОАО «БЗПИ».

Предмет исследования – стратегия развития внешнеэкономической деятельности предприятия.

Благодаря созданию определенной стратегии и установлению конкретных моделей действий, организации могут работать более ка-

чественно в условиях постоянно меняющейся внешней среды, подстраиваться под них и извлекать из этого большую выгоду.

Внешнеэкономическая деятельность предприятия – это сфера экономической деятельности, связанная с международной производственной и научно-технической кооперацией, экспортом и импортом продукции, выходом предприятия на внешний рынок. Она является следствием развития внешнеэкономических связей как совокупности направлений, форм, методов и средств торгово-экономического, научно-технического сотрудничества, а также валютно-финансовых и кредитных отношений государства с зарубежными странами в целях рационального использования преимуществ международного разделения труда и международных экономических отношений для решения народно-хозяйственных и внешнеполитических задач [1].

Стратегия ВЭД – это направление экономической стратегии, которое вырабатывает правила и приемы поведения организации на внешнем рынке, как в роли экспортера, так и импортера товаров и услуг. Она определяет принципы осуществления экспортно-импортных операций, с учетом действующего в стране и за ее пределами законодательства.

При выборе стратегии экспорта организация учитывает: свой экспортный потенциал, выбирает рынки, определяет стратегические цели экспорта, вырабатывает тактику, распределяет ресурсы по формам экспортной деятельности. Основу импортной стратегии (стратегии импорта) составляет исследование цен и качества поставляемых товаров, сроки и качество обслуживания, определение технологического уровня импортируемых товаров и услуг предполагает рассмотрение всех альтернативных вариантов, относящихся к долгосрочным целям, и их обоснование для принятия тех или иных стратегических решений. При этом следует учитывать влияние целого ряда как внешних, так и внутренних факторов [2].

Методика разработки и реализации стратегии внешнеэкономической деятельности промышленного предприятия может быть построена на основе выполнения ряда последовательных этапов, результатом которых (при соответствующей реализации) будет стратегия ВЭД, адаптированная под конкретное предприятие и его условия функционирования.

Основные этапы формирования стратегии развития внешнеэкономической деятельности предприятия представлены на рисунке.

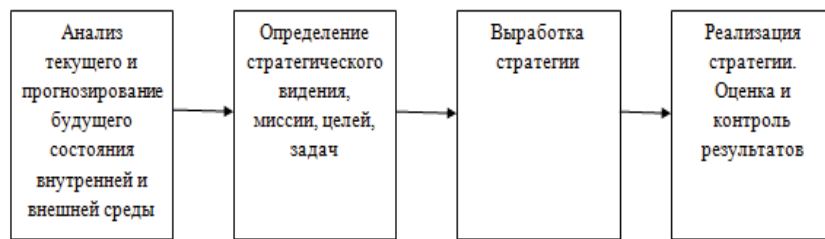


Рисунок – Этапы формирования стратегии развития внешнеэкономической деятельности предприятия [3]

Рассмотрим стратегию внешнеэкономической деятельности предприятия ОАО «БЗПИ». ОАО «БЗПИ» – одно из крупнейших предприятий Республики Беларусь по переработке пластических масс. На предприятии изготавливается разнообразный ассортимент товаров народного потребления, изделий технического назначения из пластмасс, трубы и детали соединительные, пленки полиэтиленовые, товары бытовой химии и полимеры вторичные.

Основной задачей внешнеэкономической деятельности является закрепление позиций на традиционных товарных рынках и расширение географии продаж своей продукции на перспективных зарубежных рынках, увеличение валютной выручки [4].

Однако нехватка молодых сотрудников, повышение цен на ресурсы, низкая степень обновления ассортимента выпускаемой продукции и другие внешние факторы, сказываются на конкурентоспособности ОАО «БЗПИ», из-за чего возникает необходимость изменения в структуре стратегии внешнеэкономической деятельности предприятия.

Предложены следующие мероприятия:

1. Начать кампанию по поиску и отбору молодого, квалифицированного персонала.
2. Постоянная целенаправленная работа технических, технологических подразделений по совершенствованию качественных характеристик продукции.
3. Работа над внешними характеристиками и дизайном продукции.
4. Поиск новых поставщиков и покупателей.
5. Рекламно-информационные мероприятия, поддерживающие и поднимающие имидж и престиж БЗПИ.
6. Более широкое использование интернет-технологий для продвижения товаров и сбора необходимой информации.

Новая современная продукция надежного и стабильного качества, хорошего внешнего вида, наряду с эффективной сбытовой системой и рекламой, позволит развивать внешнеэкономический потен-

циал предприятия и тем самым улучшит его конкурентоспособность на традиционных и новых зарубежных рынках.

ЛИТЕРАТУРА

1. Внешнеэкономическая деятельность – URL: <https://www.audit-it.ru/terms/agreements/ved.html> – (дата обращения 13.04.2023).
2. Формирование стратегии внешнеэкономической деятельности предприятия. – URL: <https://rep.bntu.by/bitstream/handle/data/84733/183-185.pdf?sequence> (дата обращения 13.04.2023).
3. Шведков А.Н. Стратегия управления внешнеэкономической деятельностью предприятия в современных экономических условиях // Вестник НИИ гуманитарных наук. – 2015. – С. 133–139.
4. Бизнес-план развития ОАО «БЗПИ».

УДК 339.9

Студ. Д.В. Купрейчик
Науч. рук. доц. А.В. Равино
(кафедра менеджмента, технологий бизнеса и устойчивого развития, БГТУ)

ФИЛИППИНЫ В СИСТЕМЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

Филиппины – прекрасная страна со своей уникальной историей, традициями и культурой. Это островное государство в Юго–Восточной Азии с тёплым и влажным климатом [1-3]. Целью данной работы выступает исследование международных экономических отношений страны, уровня её экономического развития.

Филиппины занимают 13 место в рейтинге стран мира по населению и 23 место в рейтинге стран по плотности населения [3]. Процент людей, проживающих за городом примерно равен количеству людей, проживающих в городе. Урбанизация в этом государстве составляет 47%.

Филиппины являются страной, экономика которой находится на этапе перехода от экономики, основанной на сельском хозяйстве, к экономике, основанной на услугах и производстве. ВВП Филиппин в 2021 составил 394 млрд. долл. На рисунке можно увидеть структуру экономики страны за 2021 год [2].