

УДК 339.9

DOI 10.51691/2500-3666_2023_12_16

***ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПЕРЕЧНЯ РАБОТ ПРИ ПЛАНИРОВАНИИ
ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ***

Пурлиев Д.

Студент,

Казанский государственный технический университет им. А. Н. Туполева,

Казань, Россия

Дубровская Е.С.

к.э.н., доцент,

Казанский государственный технический университет им. А. Н. Туполева,

Казань, Россия

Аннотация

Статья посвящена исследованию и характеристике основного перечня работ, необходимых в процессе планирования внешнеэкономической деятельности организации. Выделяется понятие и особенности внешнеэкономической деятельности. Отмечаются современные политические риски и процессы на международной арене. Подчеркивается глобальная перспектива выхода бизнеса на международную арену, ввиду влияния на стратегическое положение компании и её коммерческие результаты. Уточняется перечень основных работ при планировании внешнеэкономической деятельности организации, устанавливается понятие планирования. Выделяется система подходов к планированию и характеризуются их достоинства и недостатки. По итогам исследования делаются выводы о перспективах современных цифровых технологий в оптимизации планирования внешнеэкономической деятельности.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность, планирование, международная торговля, выход на международную арену, трансграничная торговля.

***DETERMINING THE LIST OF WORK WHEN PLANNING FOREIGN
ECONOMIC ACTIVITIES OF AN ORGANIZATION***

Purliev D.

Student,

Kazan State Technical University named after. A. N. Tupolev,

Kazan, Russia

Dubrovskaya E.S.

Ph.D., Associate Professor,

Kazan State Technical University named after. A. N. Tupolev,

Kazan, Russia

Abstract

The article is devoted to the study and characterization of the main list of works necessary in the process of planning the foreign economic activity of an organization. The concept and features of foreign economic activity are highlighted. Current political risks and processes in the international arena are noted. The global perspective of business entry into the international arena is emphasized, due to the impact on the strategic position of the company and its commercial results. The list of main works when planning the foreign economic activity of an organization is clarified, and the concept of planning is established. A system of approaches to planning is highlighted and their advantages and disadvantages are characterized. Based on the results of the study, conclusions are drawn about the prospects of modern digital technologies in optimizing the planning of foreign economic activity.

Keywords: foreign economic activity, planning, international trade, entry into the international arena, cross-border trade.

Решение задачи планирования внешнеэкономической деятельности является одной из перспективных для бизнеса, стремящегося выйти на новые рынки сбыта или связать собственные направления деятельности с функционированием на транснациональных рынках. Доступность внешнеэкономической деятельности для субъекта предпринимательства обуславливает массовые перспективы интеграции на внешнеэкономическое пространство. Компания, выступая в качестве экспортера или импортера, преследует собственные коммерческие интересы (интересы собственников), фокусируясь на вопросах планирования внешнеэкономической деятельности. Внешнеэкономическая деятельность по определению становится сложным и высоко рисковым направлением, движение в сторону которого обуславливается стремлениями компании расширить собственные рынки сбыта или структуру поставщиков, приобрести значимые инструменты, ресурсы или оборудование, а также выйти на новые направления воспроизводства собственной бизнес-модели. Как итог, внешнеэкономическая деятельность приобретает особые перспективы, поскольку нацелена на взаимовыгодное сотрудничество отечественных коммерческих структур с зарубежными, на принципах равенства, партнерства и обмена.

Актуальность исследования и определения перечня работ при планировании внешнеэкономической деятельности организации обусловлена тем, что в современных условиях внешнеэкономическая деятельность становится все более привлекательной для бизнеса, формирует многосторонние перспективы развития, а при выборе определенных направлений совпадает с интересами национальной политики. При этом, качество выхода на международный уровень зависит от эффективности планирования

внешнеэкономической деятельности организации, реализации задач стратегического управления внешнеэкономической деятельностью.

Цель исследования – охарактеризовать основной перечень работ, необходимых в процессе планирования внешнеэкономической деятельности организации.

Внешнеэкономическая деятельность – это совокупность системы экономических отношений, которые предполагают интеграцию на международное пространство для осуществления торговых операций экспорта или импорта. Внешнеэкономическая деятельность направлена на обмен товарами, услугами, поиск капитала, технологий, сырья, информации или других видов материальных или нематериальных активов, которые вносят существенный вклад в развитие бизнеса.

Согласимся с мнением В.И. Бартенева, который рассматривает внешнеэкономическую деятельность в качестве сложной системы не только экономических, но и политических отношений, поскольку точки пересечения этих отношений сегодня очевидны. Автор, опираясь на актуальные события, связанные с санкционным ограничением экономики Российской Федерации, отмечает, что сегодня внешнеэкономическая деятельность сталкивается с предельно высоким уровнем политического риска. Данный факт способствует, как замечает В.И. Бартенев, переходу в режим изменения структуры международного рынка, с формированием формального и четко регламентированного на правительственном уровне взаимодействия частных и государственных структур [2]. Подтверждение словам автора можно и найти в вопросах заключения внешнеэкономических политических союзов на примере отношений России и Китая. Страны становятся стратегическими партнерами друг для друга, что создает благоприятную среду для развития бизнеса и осуществления внешнеэкономической деятельности.

При принятии решений о необходимости вхождения в международное пространство компания переходит к четкой реализации операций по планированию внешнеэкономической деятельности.

Планирование внешнеэкономической деятельности, как подчеркивает Ш.М. Мусаев, представляет под собой ориентированность на расширение собственного производственно-хозяйственного потенциала, что связано с подготовкой четкой системы шагов, следуя которым компания сможет не только интегрироваться в пространство международной торговли, но и сохранить собственную специфику, учесть интересы и двигаться в траектории развития, учитывая собственные цели и коммерческую направленность [5].

Так, А.А. Горохова, выделяя достаточно схожую с Ш.М. Мусаевым точку зрения, считает, что планирование внешнеэкономической деятельности современной компании основано на подготовке адаптивных стратегий, учитывающих текущие реалии, состояние рынка, специфические особенности и цели конкретной компании при выходе на международную арену, существующий опыт, достаточность имеющихся у компании ресурсов. Все перечисленное, по мнению автора, способствует подготовке более расширенных и адаптированных версий стратегий при планировании внешнеэкономической деятельности [4].

Целью подобных стратегически ориентированных мероприятий является либо поиск новых точек поставки собственных товаров, ресурсов или услуг; поиск новых каналов поступления ресурсов и активов в предприятие; расширение существующих коммерческих возможностей бизнеса с фокусом на экономические и финансовые перспективы на микроуровне.

А.А. Бакланова считает, что целевые особенности планирования внешнеэкономической деятельности связаны как с поставленными целями выхода на международные рынки, так и с подготовкой оптимальной для компании стратегии выхода на международное экономическое пространство. Ключевое отличие этих задач связано с тем, что цели внешнеэкономической Вектор экономики | www.vectoreconomy.ru | СМИ Эл № ФС 77-66790, ISSN 2500-3666

деятельности сводятся к созданию потенциальной коммерческой выгоды для бизнеса, например, приобретению конкурентного преимущества, получению дополнительных отчислений прибыли, захвату доли рынка и др. Цель планирования внешнеэкономической деятельности несколько иная. Она основана на создании специальных условий ведения деятельности, при которых управленческий аппарат организации будет способен поддержать цели внешнеэкономической деятельности [1]. Так, планирование становится поддерживающим выход на международное пространство инструментом, оперируя которым формируются все потенциальные выгоды для функционирования в новых условиях.

Конечно, это требует реализации комплексных подходов к планированию, основанных на рациональном принятии решений, четком анализе и проведении сложных исследований, как на уровне выбранных рынков, так и в целом. Учитывая, что сегодня компании сталкиваются с беспрецедентными ограничениями, вопросы выхода на международную арену становятся еще более затруднительными. В свою очередь, данный фактор еще сильнее актуализирует необходимость запуска полноценного комплекса процессов по планированию выхода на международную арену. Отметим, что перечисленное на практике реализуется посредством структуры типовых операций, представленных на рисунке 1:

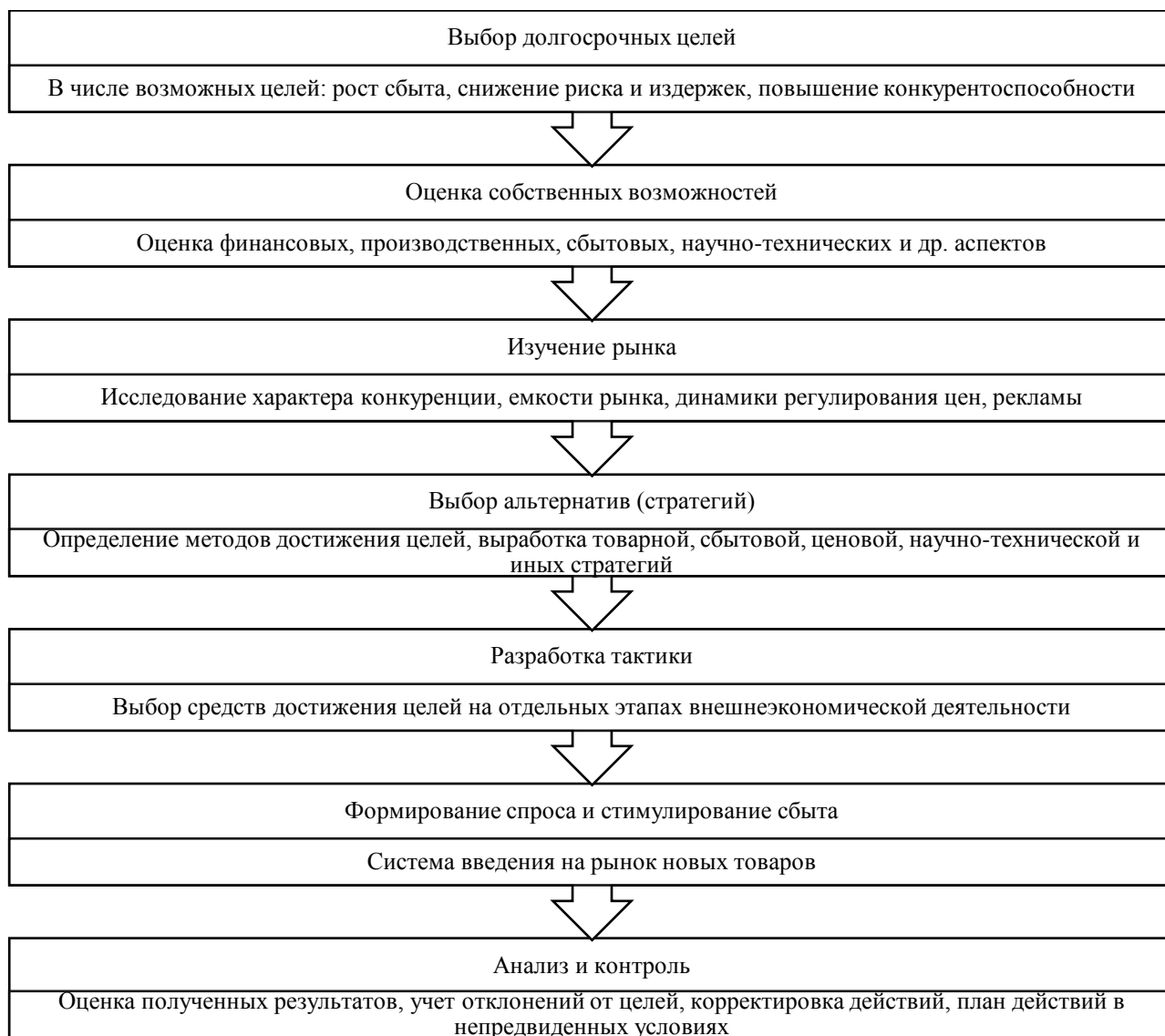


Рис.1 – Перечень работ при планировании внешнеэкономической деятельности компании [3]

Опираясь на рисунок 1, отметим, что представленные операции составляют основную структуру типовых работ, которые осуществляет компания при выходе на международную арену. На практике представленные операции и их направленность могут видоизменяться, с учетом конкретных задач, отраслевой специфики или особенностей деятельности компании. Тем не менее, представленный перечень работ в комплексе характеризует вопросы планирования внешнеэкономической деятельности.

Учитывая представленные на рисунке 1 работы, отметим, что их реализация также возможно через различные подходы к планированию. Среди последних в управлении можно выделить сценарный, стратегический, оптимизационный, финансовый, исследование рынков и прогнозирование спроса. Перечисленные подходы и входящие в них методы используются компаниями ситуативно и комплексно, что обеспечивает надежность планирования и учет внешней ситуации.

В таблице 1 нами представлено обобщенное сравнение перечисленных подходов:

Таблица 1 – Достоинства и недостатки некоторых подходов к планированию внешнеэкономической деятельности

Подход	Содержание	Достоинства	Недостатки
Сценарный подход	Предполагает проведение анализа различных сценариев внешнеэкономической деятельности, с учетом взятых за основу сценариев переменных	Позволяет учитывать различные сценарии развертывания событий, перспективен при сравнении нескольких рынков	Точные сценарии требуют высоких ресурсов от управленцев
Стратегический подход	Предполагает формулирование специальных стратегий, которые позволят достичь заданных целей внешнеэкономической деятельности субъекта предпринимательства	Долгосрочная направленность в планировании	Относительная сложность и необходимость адаптации стратегии под изменения внешней среды
Оптимизационный	Предполагает анализ различных рынков с выбором наиболее оптимальных. Наименее оптимальные рынки не рассматриваются или исключаются из текущих направлений	Благодарю выбору наиболее оптимальных вариантов, у компании есть шанс выбрать самый доходный рынок и сконцентрировать усилия на нем	Сложность реализации, необходимо анализировать множество рынков
Финансовый	Основан на планировании финансовой	Ориентируется на финансы, которые являются главной	Необходимо учитывать много показателей и

	деятельности и финансовых ресурсов, а также рисков, которым эти ресурсы подвержены	категорией управления в любой компании	прогнозировать изменения, учитывать инструменты управления финансами
Исследование рынков	Предполагает взвешенный анализ нескольких рынков, с выбором наиболее подходящего. Отличается от оптимального тем, что за основу берется комплекс факторов, а основным методом являются маркетинговые исследования рынка	Позволяет выделить перспективные рынки для выхода компании на международную арену	Требует проведения широкого числа маркетинговых исследований со стороны компании
Прогнозирование спроса	В рамках данного подхода планирование связано с планированием спроса на товары или услуги	Позволяет выбирать рынки с учетом высокого уровня спроса на товары / услуги	Не всегда точный, поскольку предпочтения потребителей изменчивы

Так, учитывая представленные в таблице 1 данные, отметим необходимость использования всех подходов в комплексе, учета контекста конкретного предприятия при планировании. Считаем, что важной перспективой является перспектива применения современных технологий в задачах планирования выхода на международные рынки, поскольку технологии позволяют оптимизировать прогнозно-аналитические функции и становятся прикладным инструментом управления развитием компании.

Таким образом, результаты проведенного исследования свидетельствуют о перспективах внешнеэкономической деятельности для бизнес-структур, потому что выход на международную арену становится прикладным способом развития бизнеса, формирования конкурентных преимуществ или достижения иных стратегических целей развития.

Библиографический список:

1. Бакланова А.А. Особенности стратегического планирования внешнеэкономической деятельности предприятия / А.А. Бакланова // Экономика и социум. – 2013. – №3 (8). – С. 964-966.
2. Бартенев В.И. Содействие международному развитию и политические риски для внешнеэкономической деятельности: логика сопряжения тем / В.И. Бартенев // Вестник Московского университета. Серия 25. Международные отношения и мировая политика. – 2023. – №1. – С. 133-163.
3. Горемыкин В.А. Планирование внешнеэкономической деятельности предприятия / В.А. Горемыкин, Е.А. Суркова // Справочник экономиста. – 2007. – №1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: https://www.profiz.ru/se/1_2007/planvneshdeyat/ (Дата обращения: 08.12.2023)
4. Горохова А.А. Формирование стратегии планирования внешнеэкономической деятельности предприятий / А.А. Горохова // Экономика и социум. – 2016. – №3 (22). – С. 310-313.
5. Мусаев Ш.М. Внешнеэкономическая деятельность: планирование и проблемы осуществления / Ш.М. Мусаев // Kant. – 2013. – №2 (8). – С. 9-12.

Оригинальность 87%