

вание, автоматизация анализа и управления рисками, обеспечение выборочности таможенного контроля, создание единой базы данных всех разрешительных документов, используемых контролируемыми органами при перемещении товаров и транспортных средств через таможенную границу. Развитие внешнеторговой системы требует соответствующего информационного обеспечения управления этой системой.

Электронному бизнесу, электронной торговле и электронным внешне-торговым документам должна соответствовать информационно-компьютерная таможенная служба. С этой целью в ЕС используется АТЛАС – Автоматизированная тарифная и локальная система таможенного оформления (ATLAS – Automatisiertes Tarif und Lokales Zollabwickelungssystem) – способ формирования и передачи данных в электронном виде для автоматизированного оформления и контроля перевозок грузов. Учитывая современное состояние таможенной службы и тенденции ее развития, можно выделить основные направления совершенствования информационного обеспечения таможенной системы в Республике Беларусь: разработка макро- и микромоделей информационного обеспечения в таможенной системе, разработка методологии построения автоматизированной информационной системы, разработка информационно-таможенной технологии управления, создание эффективных АРМов для сотрудников таможенных органов, разработка основ информационного обеспечения интегрированных таможенных систем.

А. Клиффорд

НАПРАВЛЕНИЯ И ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕТОРГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ БЕЛАРУСИ И КАНАДЫ

Расширение и диверсификация белорусского экспорта в развитые страны является значимым элементом внешнеэкономической стратегии. Возможность реализации этой задачи в первую очередь связана с политико-правовыми факторами, формируемыми позицией элит власти в странах-партнерах этой группы. Экономическое сотрудничество Беларуси и Канады активизировалось только после снятия правительством этой страны в июле 2016 г. ограничительных мер в отношении двусторонней торговли. Канада является крупнейшим на территории Северной Америки федеративным государством, в котором полномочия регионального звена (провинций) и их органов власти значительно шире, чем в других федеративных государствах мира.

В 2015 г. Республика Беларусь экспортировала в Канаду продукции на 10 млн долл. Благодаря отмене ограничений только за январь – сентябрь 2016 г. показатель белорусского товарного экспорта на канадский рынок увеличился более чем в 7 раз. Без учета нефти, нефтепродуктов и азотных удобрений, традиционных для нашей страны позиций автономного экспорта, поставки составили 39,5 млн долл., что в 8,56 раз превысило значение аналогичного индикатора в 2015 году. При этом торговое сальдо сложилось в пользу Беларуси, составив + 30,3 млн долл. Тем не менее самую весомую долю в общем объеме поставок формирует только одна позиция – продукция

черной металлургии. В январе – сентябре 2016 г. экспорт данной продукции составил 35,9 млн долл., что образует 82,5 % общего объема экспорта. В товарной структуре белорусского экспорта в Канаду представлены также продукция химической (хлоридно-калийные удобрения, мочевины и смеси мочевины с нитратом аммония), деревообрабатывающей (лиственные пиломатериалы и деревянные напольные панели), легкой (женская верхняя одежда из шерсти и химических нитей) промышленности.

Таким образом, в структуре поставок доминируют сырьевые позиции и продукция традиционных индустриальных отраслей. В условиях деиндустриализации экономики стран группы G7, к которой относится Канада, тенденция к расширению соответствующих сегментов рынка для белорусской промышленной продукции может сохраниться как благоприятная стратегическая возможность. Тем не менее отраслевая, товарная и региональная диверсификация белорусского экспорта в Канаду при сохранении положительного сальдо торговли представляется возможной и необходимой, в первую очередь – за счет активизации деятельности относящихся к высокотехнологичному сектору экспортоориентированных ИТ-компаний Республики Беларусь на рынке готовых программных продуктов. Пока из более чем 1 000 ИТ-компаний, работающих в Беларуси, всего 10–15 % создают собственные продукты, экспорт отрасли формируется за счет продажи аутсорсинговых услуг.

Е. Ковалевич

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ БЛОГГИНГА

Залогом успеха предприятия на рынке служит не только производство конкурентоспособной продукции, но и ее профессиональное продвижение. В последнее время из всех средств продвижения товаров и услуг наиболее динамично развивается интернет-реклама, которая имеет множество направлений, одним из которых является *блоггинг* – инструмент интернет-маркетинга, который представляет собой технологию косвенного продвижения товаров и услуг в блогах и на интернет-форумах.

Основная тенденция в развитии блоггинга в зарубежных странах – это его динамизм и постоянное совершенствование технологий. Так, например, в США более 50 % компаний занимаются мониторингом блогов (среди них такие известные компании, как Procter & Gamble, Dell, Nike, Ford, GM, Hewlett-Packard), а более 30 % компаний имеет собственные блоги. При мониторинге изучаются предпочтения блоггеров, которые потом учитываются при разработке новых товаров и услуг. Например, в таких компаниях, как Microsoft, Mazda, проводятся углубленные исследования потребительских взглядов блоггеров.

В настоящее время в зарубежной практике одним из направлений использования блоггинга как маркетингового инструмента в деятельности компаний является брендинг, т.е. развитие и продвижение брендов. Компании, продвигающие бренды, используют блоги как возможность для укрепления